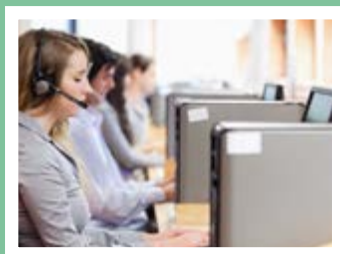


Observatorio de
las Ocupaciones

2017
**Estudio Prospectivo
del Sector Comercio Minorista
en España**



Observatorio de
las Ocupaciones

2017
**Estudio Prospectivo
del Sector Comercio Minorista
en España**



Catálogo de publicaciones de la Administración General del Estado
<http://publicacionesoficiales.boe.es>

Edición realizada por el Servicio Público de Empleo Estatal
Condesa de Venadito, 9. 28027 - Madrid

NIPO PDF: 274-18-022-7

PRESENTACIÓN

El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), a través del Observatorio de las Ocupaciones, realiza estudios sobre el mercado de trabajo, para conocer la situación y la evolución de las actividades económicas y de las ocupaciones. Una de las líneas prioritarias es el estudio de distintos sectores: los más dinámicos, los que crean más actividad y empleo, con el fin de conocer cuáles son las actividades económicas y las ocupaciones que tienen mejores perspectivas de empleo en el futuro a corto, medio y largo plazo y las necesidades de formación que generan los cambios socioeconómicos, tecnológicos, etc.

En años anteriores, se han presentado sucesivamente los estudios realizados sobre los sectores de energías renovables, automoción, turismo, hortofrutícola, logística, servicios avanzados en las tecnologías de información y comunicación y fabricación de bienes de equipo; en 2017, se ha abordado el del **sector del comercio minorista**.

Se ha seleccionado el comercio minorista teniendo en cuenta la importancia que tiene en la economía del país. Un sector que, después de haber resultado muy afectado por la reciente crisis económica, está mostrando signos de recuperación y, además, debe afrontar y asumir los retos que plantea la modernización, el cambio de hábitos en el consumo, la elevada competencia y los avances tecnológicos relacionados con la digitalización que afectan a la actividad económica en general y especialmente al comercio minorista.

Ante el gran desafío que supone la competitividad y la adaptación a una nueva realidad en la venta al por menor, en lo que respecta al empleo, es muy importante conocer cómo evoluciona la demanda de nuevas ocupaciones y cuáles serán las nuevas competencias que requiere el mercado a los trabajadores, con el fin de adaptar la oferta formativa a las necesidades de formación que genera esta realidad tan cambiante.

Por ello, el Servicio Público de Empleo Estatal pretende contribuir a identificar los perfiles profesionales emergentes que se van a demandar, con el fin de ajustar sus políticas de formación a las necesidades reales de las empresas de una forma más efectiva y aportar información que sea de utilidad para colaborar con el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en España que impulsa la Secretaría de Estado de Comercio, para promover la modernización, la innovación y la mejora de la competitividad en este sector.

Ignacio Niño Pérez
Director General del SEPE

Abril de 2018

ÍNDICE

1. ... INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	8
1.1.... INTRODUCCIÓN	9
1.2.... OBJETIVOS DEL ESTUDIO	9
2. ... METODOLOGÍA.....	11
2.1.... PLANIFICACIÓN DEL ESTUDIO	12
2.2.... RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	12
2.3.... ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y CONCLUSIONES.....	13
3. ... CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR.....	14
3.1.... APROXIMACIÓN AL SECTOR	15
3.2.... IMPORTANCIA DEL COMERCIO MINORISTA EN ESPAÑA.....	18
3.3.... SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR	22
3.4.... FORMAS DE DESARROLLO DEL COMERCIO	29
4. ... MERCADO DE TRABAJO	32
4.1.... EL MERCADO DE TRABAJO DEL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA	33
5. ... VISIÓN DEL SECTOR A PARTIR DE LA OPINIÓN DE DISTINTOS EXPERTOS.....	52
5.1.... INFORMACIÓN OBTENIDA A TRAVÉS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS DEL SECTOR.....	53
5.2.... INFORMACIÓN FACILITADA POR LAS EMPRESAS DEL SECTOR	65
6. ... LA FORMACIÓN RELACIONADA CON EL SECTOR.....	91
6.1.... CARACTERÍSTICAS GENERALES.....	92
6.2.... REFERENTE FORMATIVO. CUALIFICACIONES DEL SECTOR.....	93
6.3.... LA FORMACIÓN PROFESIONAL.....	95
6.4.... LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA.....	106
7. ... INFORMACIÓN DE LAS OCUPACIONES	109
7.1.... INTRODUCCIÓN	110
8. ... CONCLUSIONES	237
8.1.... CONCLUSIONES.....	238
9. ... MARCO NORMATIVO.....	242
9.1.... MARCO NORMATIVO EUROPEO	243
9.2.... MARCO LEGISLATIVO DE ÁMBITO NACIONAL	244

9.3.... MARCO LEGISLATIVO AUTONÓMICO	246
10. . FUENTES Y EXPERTOS CONSULTADOS	247
10.1. FUENTES DOCUMENTALES	248
10.2. EXPERTOS CONSULTADOS	248
11. . ANEXO	250
11.1. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO DE EMPRESAS CONSULTADAS	251

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Índice general del comercio minorista (general). Variación anual.	18
Gráfico 2. Distribución porcentual por sistemas de venta.....	22
Gráfico 3. Encuesta de población activa del sector del comercio minorista	33
Gráfico 4. Evolución de la población activa ocupada y parada	34
Gráfico 5. Afiliados al régimen general del sector comercio minorista	39
Gráfico 6. Distribución provincial de los afiliados del comercio minorista	41
Gráfico 7. Distribución provincial de los centros de cotización del comercio minorista.....	42
Gráfico 8. Centros de cotización y afiliados por grupos de actividad económica.....	42
Gráfico 9. Centros de cotización del régimen general según tamaño	43
Gráfico 10. Evolución del número de contratos registrados y personas contratadas	43
Gráfico 11. Evolución de los contratos registrados según jornada laboral en el comercio minorista	45
Gráfico 12. Contratación según sexo y edad en el comercio minorista.....	45
Gráfico 13. Contratación en el sector del comercio minorista según tamaño de los municipios.....	48
Gráfico 14. Evolución del paro registrado según sexo del comercio minorista	49
Gráfico 15. Demandantes parados según sexo y edad.....	50
Gráfico 16. Distribución porcentual de las respuestas por grupo cnae	65
Gráfico 17. Distribución de cuestionarios enviados y respondidos por cnae	66
Gráfico 18. Distribución de los encuestados por tamaño del establecimiento	66
Gráfico 19. Empresas encuestadas según tipo de establecimiento (%). Comercio minorista.	67
Gráfico 20. Previsión de contratación de personal a medio plazo (%). Comercio minorista.....	68
Gráfico 21. Previsión de contratación según tamaño de la empresa (%). Comercio minorista.	69
Gráfico 22. Perspectivas de empleo según cnae (%). Comercio minorista.....	70
Gráfico 23. Departamentos con mejores expectativas de creación de empleo. Comercio minorista (%).....	71
Gráfico 24. Encuestados que conocen el plan* (%) por actividad económica.	71
Gráfico 25. Estrategias previstas para ganar en competitividad (%).....	72
Gráfico 26. Previsión de innovaciones tecnológicas/ nuevos procesos en desarrollo	73
Gráfico 27. Distribución de la previsión de empleo nuevo según la forma de acceso (%).....	74
Gráfico 28. Previsión de empleo y peso de la forma de acceso.....	74
Gráfico 29. Formas de acceso al empleo (%) por actividad económica.....	77
Gráfico 30. Previsión de aumento del empleo por grandes grupos ocupacionales y actividades (%)	78
Gráfico 31. Principales causas de falta de trabajadores para cubrir los puestos (%)	80
Gráfico 32. Necesidades formativas según especialización del comercio minorista (%)	81
Gráfico 33. Áreas con mayores necesidades de formación en el comercio minorista (%)	81
Gráfico 34. Áreas con mayores necesidades formativas según cnae (%)	82
Gráfico 35. Principales carencias formativas detectadas (%).....	82
Gráfico 36. Factores que dificultan la formación en el sector según grupo cnae (%)	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades económicas (cnae 2009) incluidas en el estudio.....	15
Tabla 2. Índice de cifra de negocios empresarial	18
Tabla 3. Empresas activas por sector económico e intervalo de asalariados.....	19
Tabla 4. Uso de las tic. Porcentaje de empresas 2016-2017	20
Tabla 5. Índices de ocupación nacionales	21
Tabla 6. Tasa de paro estimada	34
Tabla 7. Evolución de afiliados del comercio minorista	34
Tabla 8. Empresas y trabajadores en las actividades del comercio minorista	35
Tabla 9. Autónomos en el comercio minorista.....	37
Tabla 10. Autónomos por actividades económicas en el comercio minorista	37
Tabla 11. Perfil de los afiliados a la Seguridad Social del sector del comercio minorista y comparativa con el mercado de trabajo español	39
Tabla 12. Afiliados a la Seguridad Social del comercio minorista por grupos de cotización.....	40
Tabla 13. Distribución provincial de empresas (centros de cotización), afiliados y porcentaje de autónomos	40
Tabla 14. Contratos del sector comercio minorista y comparativa con el mercado de trabajo español	44
Tabla 15. Contratación según nivel formativo y sexo en el comercio minorista	46
Tabla 16. Contratación por tipo de contrato, jornada laboral y sexo	46
Tabla 17. Contratos de trabajo del sector comercio minorista	47
Tabla 18. Paro registrado del sector comercio minorista.....	49
Tabla 19. Demandantes parados según nivel formativo y sexo en el comercio minorista	50
Tabla 20. Ocupaciones con mejores perspectivas de empleo. Formas de acceso (%).....	75
Tabla 21. Ocupaciones con mejores perspectivas de empleo por gran grupo ocupacional y formas de acceso al empleo (%)	76
Tabla 22. Ocupaciones con mejor previsión de empleo en cada actividad (%)	79
Tabla 23. Ocupaciones con dificultad para encontrar trabajadores	80
Tabla 24. Necesidades de formación y principales ocupaciones afectadas	83
Tabla 25. Cualificaciones profesionales relacionadas con el comercio minorista	94
Tabla 26. Títulos de formación profesional relacionados con el comercio minorista	95
Tabla 27. Certificados de profesionalidad relacionados con el comercio minorista	97
Tabla 28. Certificados formación de demanda 2016. Trabajadores formados según actividad económica	99
Tabla 29. Certificados formación de demanda 2016. Trabajadores formados según actividad económica y tamaño de la empresa.....	100
Tabla 30. Certificados formación de demanda 2016. Trabajadores formados según tamaño de la empresa...	101
Tabla 31. Formación de demanda 2016 según familia profesional	101
Tabla 32. Formación de demanda 2016. Contenidos formativos según área profesional	102
Tabla 33. Formación de demanda 2016 según categoría profesional	104
Tabla 34. Formación de demanda 2016 según provincia.....	104
Tabla 35. Títulos de másteres relacionados con el comercio minorista	106
Tabla 36. Títulos de grado relacionados con el comercio minorista.....	108
Tabla 37. Ocupaciones estudiadas relacionadas con el comercio minorista	110

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.1. INTRODUCCIÓN

Los cambios que se están produciendo en los modos de consumo de la población, la mejor situación económica de las familias y el aumento notable del turismo están incidiendo en la transformación del sector del comercio minorista que, en nuestro país, se había distinguido por un marcado carácter tradicional en gran parte de los establecimientos y ahora tiene que dar respuesta a las nuevas necesidades que demandan los consumidores.

La incorporación de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, la nueva normativa en las operaciones comerciales y la adopción de nuevas formas de venta en prácticamente todas las actividades del sector están influyendo también en la necesidad de transformación y actualización de los perfiles profesionales existentes, a los que habrá que agregar las nuevas competencias profesionales que requiere la incorporación de los cambios detectados. Por otro lado, la aparición de nuevas ocupaciones genera nuevas necesidades de formación.

Este es un sector muy importante para el empleo, en el que la figura del profesional autónomo y del pequeño comercio es muy relevante; a su vez, concentra poca mano de obra cualificada, ya que, por regla general, se accede a él sin haber adquirido formación específica. El aprendizaje se suele adquirir en desempeño del propio trabajo, pues la oferta formativa existente está poco desarrollada.

Es un hecho que la digitalización está irrumpiendo de forma masiva en el comercio minorista, no solo en su principal vertiente –el comercio electrónico y todas las operaciones ligadas al mismo–, sino en aspectos cada vez más necesarios para mantener la competencia ante una clientela –principalmente los jóvenes– cada vez más exigente y adentrada en las nuevas tecnologías, como es el marketing digital, las redes sociales y las nuevas formas de pago, entre otras.

De este modo, se trasciende, en parte, la tradicional competencia de las últimas décadas entre los negocios de pequeño tamaño, los supermercados y grandes superficies; ahora el contraste se produce entre las empresas que asumen las nuevas tecnologías, técnicas y estrategias innovadoras de venta, presentación, marketing, etc., y las que mantienen modelos más tradicionales y poco avanzados.

El Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en España 2017, elaborado por la Secretaría de Estado de Comercio, establece unas líneas de acción encaminadas a la mejora de las posibilidades de supervivencia de las empresas, principalmente las pequeñas –llevadas a cabo en muchos casos por trabajadores autónomos–, a la adaptación a las innovaciones en materia digital, así como otras acciones de fomento de centros comerciales abiertos y mercados municipales, apoyo financiero a las empresas, promoción comercial, potenciación de las sinergias entre comercio y turismo, impulso a la internacionalización, apoyo a la seguridad y facilitación del empleo y la formación.

El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) colabora en esta línea de acción realizando este estudio prospectivo, con el fin de conocer las necesidades de empleo y de formación, para adecuar la oferta a los nuevos requerimientos del mercado de trabajo y a los cambios que se están produciendo en el comercio minorista, de manera que se dé respuesta a las necesidades que se les plantean a los trabajadores en relación con los perfiles y cualificaciones profesionales que se van a necesitar en el futuro.

El estudio del sector se aborda desde diferentes perspectivas a través de varios capítulos: la caracterización socioeconómica, la situación y evolución de indicadores de mercado de trabajo –afiliación, desempleo, contratación–, la visión prospectiva cualitativa de expertos y representantes de empresas encuestadas –acerca de previsiones, innovaciones, estrategias, ocupaciones con buenas perspectivas de empleo y necesidades formativas–, la formación existente en el sector. Y, finalmente, un resumen de la información cuantitativa y cualitativa de las principales ocupaciones incluidas.

1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Partiendo de la consideración de este sector como generador de empleo, nos proponemos profundizar en dos aspectos fundamentales:

- Identificar aquellas ocupaciones o puestos de trabajo en los que va a haber mayores necesidades de empleo; los perfiles profesionales que están cambiando y necesitan nuevas competencias; el grado de especialización o polivalencia que requieren las empresas y las necesidades de formación que se originan en consecuencia.
- Evaluar si la oferta de formación profesional actual es suficiente para satisfacer las necesidades formativas de los puestos de trabajo que se generarán en función de nuevas directrices.

Para ello, necesitamos obtener información cualitativa y cuantitativa de diferentes fuentes que nos permita:

- ANALIZAR la situación y la evolución del sector, teniendo en cuenta diferentes variables e indicadores relacionados con el empleo, la productividad, los factores de cambio, el sistema productivo, las nuevas tecnologías, etc.
- CONOCER las tendencias del mercado de trabajo, las perspectivas de empleo en las distintas actividades del sector; las ocupaciones en las que se va a crear empleo; el perfil laboral de los demandantes de empleo y las personas contratadas en las diversas ocupaciones; las competencias requeridas por las empresas y las necesidades de formación por ocupación.

2. METODOLOGÍA

1.3. PLANIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El diseño metodológico de este estudio prospectivo, entendido como un método que sirve para hacer previsiones y anticipar las perspectivas de futuro, se ha centrado en el análisis de la situación del comercio minorista y su evolución en los últimos años.

Para contemplar el sector desde la perspectiva social, económica, tecnológica y normativa actual, se ha realizado el análisis de diferentes fuentes: estadísticas, estudios e informes previos, artículos, información suministrada por expertos del sector, por empresas y por centros de formación de referencia.

Fases del proyecto:

1. Determinación de los objetivos del estudio.
2. Selección del equipo de trabajo del Observatorio de las Ocupaciones encargado de la elaboración.
3. Elaboración de la metodología a seguir, estableciendo las acciones y los tiempos en los que se iba a realizar.
4. Formulación de las estrategias de comunicación con expertos, empresas, asociaciones que permitirían configurar el estudio.
5. Contactos con expertos de la Administración Pública (Mº de Economía, Industria y Competitividad. Secretaría de Estado de Comercio) para contrastar el planteamiento de la investigación.
6. Delimitación del ámbito de estudio, estableciendo las actividades que se van a incluir en el mismo.

1.4. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

FUENTES DOCUMENTALES

Obtención de las bases estadísticas necesarias para desarrollar la investigación. Para ello, las principales fuentes de información utilizadas han sido:

- El Instituto de Estadística (INE). Encuesta de Población Activa (EPA).
- La Tesorería General de la Seguridad Social. Información desagregada sobre la afiliación de trabajadores por regímenes de cotización.
- El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Recopila información sobre mercado de trabajo: contratación, paro registrado y ofertas de empleo.
- Servicio Público de Empleo Estatal. Base de datos WEBTOP de necesidades formativas en las ocupaciones.
- Instituto Nacional de las Cualificaciones. Facilita el listado de las cualificaciones incluidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y la oferta formativa relacionada con el sector.
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Indicadores sectoriales.
- Oferta formativa de ámbito educativo (títulos de formación profesional y enseñanza universitaria).
- Oferta formativa de ámbito laboral (títulos de certificados de profesionalidad).

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

- Reunión inicial del equipo de trabajo del Observatorio para la planificación y organización de la investigación de campo.

- Remisión telemática de un cuestionario a empresas del sector¹, para obtener información sobre los siguientes aspectos:
 - Previsiones empresariales de las actividades objeto de estudio.
 - Previsiones de empleo a medio y largo plazo.
 - Perfiles profesionales y competencias que van a requerir los profesionales del sector.
 - Necesidades de formación.
- Entrevista semiestructurada, dirigida a expertos institucionales, de asociaciones profesionales y empresas relevantes, con el fin de obtener la siguiente información:
 - Panorámica general del sector.
 - Mapa ocupacional en relación con las actividades relevantes y emergentes.
 - Mapa formativo del sector.
 - Propuestas de mejora.
- Reunión intermedia del equipo de trabajo para la valoración de los resultados obtenidos y puesta en común de los primeros resultados y conclusiones.

1.5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y CONCLUSIONES

Con la información recabada, se sigue el proceso descrito a continuación para la elaboración del documento y su presentación:

- Tratamiento y análisis de datos cuantitativos del sector (datos procedentes del INE, del SEPE y de la Seguridad Social).
- Análisis de la información cualitativa recopilada. Uno de los centros de interés del estudio lo constituyen los perfiles de los trabajadores, siendo la ocupación la unidad de análisis principal y el eje sustancial del informe.
- Determinación de las necesidades de empleo y formación.
- Validación del documento por parte de expertos del sector.
- Diseño y difusión.

¹ La metodología seguida para la distribución de cuestionarios se puede consultar en el [Anexo](#) de este estudio.

3. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

3.1. APROXIMACIÓN AL SECTOR

Para estudiar la situación actual del comercio minorista en España (también conocido como sector *retail*), hay que contextualizarlo dentro de los grandes cambios que ha experimentado el sector de la distribución comercial durante los últimos cincuenta años; la globalización, la liberalización de los mercados y la entrada de España en la Unión Europea ha transformado a la sociedad española y sus hábitos de compra, dejando cada vez más atrás a los negocios tradicionales, mientras aumenta la presencia de multinacionales, franquicias y grandes cadenas de distribución. Por otro lado, la irrupción del mundo digital en todas las actividades ha supuesto un cambio radical en el sector del comercio minorista, especialmente en lo que respecta a las relaciones con los clientes y con las técnicas de venta.

En España, el comercio minorista está regulado por la **Ley 1/2010, de 1 de marzo**, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista; que define la actividad minorista como “aquella actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento”. Se trata del último eslabón de la cadena de distribución de un producto: es el sector que vende los productos al cliente final. La Asociación General de Consumidores define la actividad de las empresas de comercio minorista como “aquella actividad profesional desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro, consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento”.

La Ley de Ordenación del Comercio Minorista estableció un marco legal de mínimos en el sector de la distribución, teniendo muy presente el reto que supone el constante proceso de modernización de la economía y la necesidad de que la regulación en este ámbito se adecue a la realidad de los mercados. La situación de la economía actual, cada vez más globalizada y liberalizada en la que el mercado de referencia es el europeo, requiere que se tenga en cuenta este nuevo marco, en el que se desarrolla la actividad del comercio al por menor.

Para la construcción del mercado interior fue necesario modificar la legislación estatal de ordenación del comercio minorista, adaptándola a la normativa comunitaria. La Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, transpone la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, que impone a los Estados miembros la obligación de eliminar todas las trabas jurídicas y barreras administrativas injustificadas a la libertad de establecimiento y de prestación de servicios que se contemplan en los artículos 43 y 49 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (TCE), respectivamente. Esta norma comunitaria supone un hito esencial en el proceso de construcción del mercado interior de servicios y su transposición conduce a la modificación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, (mediante la Ley 1/2010, de 1 de marzo), para adecuar su contenido a las exigencias de supresión de trámites innecesarios y a la simplificación de procedimientos administrativos en el otorgamiento de las autorizaciones pertinentes al comercio.

Por otro lado, los horarios comerciales están regulados por la Ley 1/2004 y por la legislación de cada comunidad autónoma, legislación que genera conflictos debido a la controversia latente entre la protección de la actividad del pequeño comercio y los intereses de las grandes superficies; por otro lado, la Ley 20/2013 de unidad de mercado consagra la libre circulación de bienes y servicios por todo el territorio nacional y la igualdad de las condiciones básicas de ejercicio de la actividad económica.

Este estudio prospectivo del Observatorio de las ocupaciones del SEPE se centra en la actividad 47 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009), en la cual se inscriben todas las clases de comercio minorista.

TABLA 1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CNAE 2009) INCLUIDAS EN EL ESTUDIO	
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	
4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco.
4719	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados.
4721	Comercio al por menor de frutas y hortalizas en establecimientos especializados.
4722	Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados.
4723	Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados.
4724	Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados.
4725	Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados.

TABLA 1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CNAE 2009) INCLUIDAS EN EL ESTUDIO	
4729	Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados.
4741	Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados.
4742	Comercio al por menor de equipos periféricos de telecomunicaciones en establecimientos especializados.
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados.
4751	Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados.
4752	Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados.
4753	Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos en establecimientos especializados.
4754	Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos en establecimientos especializados.
4759	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.
4761	Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados.
4762	Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados.
4763	Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados.
4764	Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados.
4765	Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados.
4771	Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados.
4772	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero en establecimientos especializados.
4774	Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados.
4775	Comercio al por menor de productos cosméticos e higiénicos en establecimientos especializados.
4776	Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos en establecimientos especializados.
4777	Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados.
4778	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados.
4779	Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimientos especializados.
4791	Comercio al por menor por correspondencia o Internet.
4799	Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la CNAE 2009

3.1.1. POLÍTICAS Y DIRECTRICES EN EL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA

En el ámbito europeo, la política comercial se enmarca dentro de la “Estrategia Europa 2020” que tiene como objetivo reforzar la competitividad de la UE. Sus objetivos deben adaptarse a los nuevos retos mundiales y a la nueva estrategia de crecimiento sostenible; en 2013, se puso en práctica el Plan de Acción Europeo para el Comercio Minorista. Este plan estableció cinco prioridades fundamentales a modo de orientación para la planificación pública y el fomento de unos servicios minoristas más competitivos y sostenibles:

1. Capacitación de los consumidores. Se lograría mediante información más transparente, más fiable y más directamente comparable sobre el precio y la calidad de los productos.
2. Mejor acceso a servicios minoristas más sostenibles y competitivos. Tanto los establecimientos de venta como el comercio electrónico podrían beneficiarse de un mejor acceso al mercado, en especial a través de normas de establecimiento más claras y transparentes.
3. Relaciones más leales y sostenibles a lo largo de la cadena de suministro minorista. Un marco que se oponga de manera efectiva a las prácticas comerciales desleales sería beneficioso para las partes interesadas.
4. Soluciones más innovadoras. Las partes interesadas saldrían beneficiadas si los resultados de la investigación llegaran más rápidamente al mercado.
5. Mejor entorno de trabajo, en el que tanto los empleados como los empleadores se verán beneficiados, si se crean mejores condiciones y se resuelven las discordancias entre las cualificaciones requeridas y las cualificaciones disponibles.

PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA 2017

En el ámbito nacional, y en consonancia con lo establecido por la UE, desde el año 2013 el comercio minorista está impulsado por los sucesivos planes anuales puestos en marcha por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

El **Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2017**, que da continuidad a los anteriores, entre sus objetivos, destaca el de ayudar a las empresas a su incorporación plena al mundo digital, especialmente a las pequeñas empresas. En el nuevo escenario comercial, el Plan se orienta a potenciar el relevo generacional y a la adaptación del sector al mercado digital; su objetivo es impulsar la modernización del comercio minorista tradicional y, para ello, apuesta por promover la apertura de tiendas físicas combinada con estrategias *online*.

Las diez líneas estratégicas que se enumeran a continuación, se concretan en cuarenta medidas, que deberán desarrollarse en la colaboración con doce Ministerios, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, Cámaras de Comercio y asociaciones del sector:

1. Innovación para adaptarse a los nuevos hábitos de consumo. Formación en nuevas tecnologías para configurar comercios modernos sin que pierdan su singularidad.
2. Fomento de los centros comerciales abiertos y modernización de mercados municipales para mantener la actividad en las calles y en los centros de las ciudades.
3. Apoyo financiero a las empresas para facilitar la inversión y la modernización (mejora de la gestión empresarial, ahorro de costes y optimización de los recursos).
4. Promoción comercial y reactivación de la demanda para aumentar las ventas y dar sostenibilidad a los negocios.
5. Respaldo a los emprendedores para impulsar la creación de empresas comerciales, a través de la reducción de cargas administrativas y la provisión de información útil para el inicio y desarrollo de la actividad.
6. Desarrollo de sinergias entre comercio y turismo. Promoción del turismo de compras.
7. Mejora de la seguridad de los establecimientos comerciales y protección de marcas.
8. Seguimiento de la aplicación de medidas legislativas en la eliminación de trabas al ejercicio de la actividad comercial.
9. Impulso a la internacionalización para ampliar mercados y reforzar la imagen de calidad de los productos españoles en otros países.
10. Desarrollo del empleo y la formación para dignificar la profesión. Medidas de apoyo al relevo generacional.

El Plan Integral recoge una importante línea de apoyo al turismo de compras y la modernización de establecimientos en zonas de gran afluencia turística. Otras actuaciones prioritarias serán las acciones que se orienten a potenciar el uso de las nuevas tecnologías, comercio electrónico, marketing digital y la presencia en las redes sociales. Una de las medidas del Plan Integral ha sido encargar un estudio prospectivo de las necesidades formativas del sector al Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), para realizar un diagnóstico de las necesidades formativas en función del grado de innovación y de la evolución de las ocupaciones y los perfiles profesionales más demandados del sector.

3.2. IMPORTANCIA DEL COMERCIO MINORISTA EN ESPAÑA

El comercio minorista se configura como un sector estratégico clave para la economía española, tanto para el crecimiento económico como para la generación de empleo. Forma parte esencial del sistema productivo de cualquier economía desarrollada como lo demuestran los datos macroeconómicos del sector en España.

3.2.1. INDICADORES DEL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA

PIB

El comercio, en conjunto, representa el 12 % del **PIB** total de la economía española y el comercio minorista, por sí mismo, alcanza el 5 %.

Según la “Estadística Estructural de Empresas: Sector Comercio” publicada por el INE en junio de 2017, el comercio al por menor, exceptuando vehículos, representaba el 31,2 % de la **cifra de negocios** del sector y el 55,7 % del **personal ocupado** en 2015. Seis de cada diez empresas del sector eran comercios minoristas. La **facturación** del comercio minorista aumentó un 4,3 %.

ÍNDICE DE CIFRA DE NEGOCIOS EMPRESARIAL (ICNE). PONDERACIONES BASE 2010

El INE obtiene este indicador reutilizando la información resultante de otras tres operaciones estadísticas: Índices de Cifras de Negocios en la Industria; Indicadores de Actividad del Sector Servicios e Índices de Comercio al por Menor; y aprovecha la información existente en registros administrativos: ventas declaradas por las grandes empresas en sus autoliquidaciones de IVA en el sector no cubierto por las encuestas anteriores.

TABLA 2. ÍNDICE DE CIFRA DE NEGOCIOS EMPRESARIAL. BASE 2015

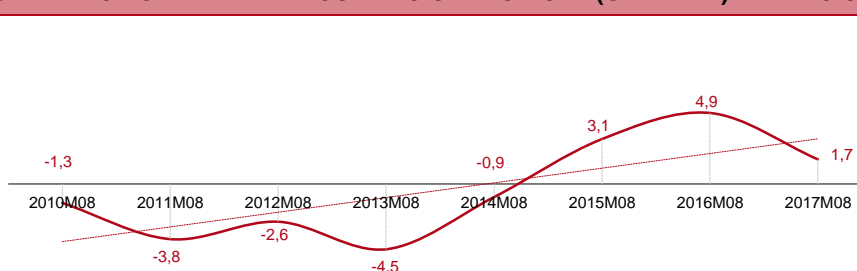
Sectores económicos	Índice	% Variación anual
Índice general	113,357	7,1
Industrias extractivas y manufactureras	114,246	9,0
Suministro de energía eléctrica y agua; saneamiento y gestión de residuos	98,528	5,5
Comercio	114,462	6,1
Servicios no financieros de mercado	114,095	6,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Índices de cifra de negocios empresarial (ICNE) corregidos de efectos estacionales y de calendario. Base 2015. Datos correspondientes a diciembre de 2017.

ÍNDICE GENERAL DEL COMERCIO MINORISTA

Es importante destacar la consolidación de la línea alcista de las ventas minoristas. Tras seis años consecutivos de descensos, en septiembre de 2013 se inicia este cambio de tendencia que dura ya más de tres años.

GRÁFICO 1. ÍNDICE GENERAL DEL COMERCIO MINORISTA (GENERAL). VARIACIÓN ANUAL.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Índice general del comercio minorista. Agosto 2010-17.

Corregidos los efectos estacionales y del calendario (diferencia de días hábiles), en junio de 2017 el comercio vendió un 2,5 % más, por lo que lleva treinta y cinco meses de tendencia al alza –aunque hay que reconocer que el crecimiento se ralentizó el último año, pues si el Índice general del Comercio Minorista aumentó un 4,9 % en 2016, en 2017 el incremento se situó en un 1,7 %-.

Por tipo de producto, las ventas de alimentación en 2017 subieron el 3,2 %; las de equipo personal, el 4,4 %; las de equipamiento para el hogar, el 6,5 %, y las de otros bienes, el 1,2 %.

Según los modos de distribución, el negocio creció en todos, salvo en pequeñas cadenas, donde se mantuvo estable. En el pequeño comercio subió un 1,2 %; las grandes cadenas, un 4 % y las grandes superficies, un 4,8 %.

El crecimiento de las ventas se produce en todas las comunidades, pero especialmente en las más turísticas: Islas Baleares, Canarias y Comunidad de Madrid, que crecen por encima de la media. La Rioja (6,3 %), Baleares y Galicia (4,9 %) presentaron los mayores incrementos, mientras que Cataluña (1,2 %) y la Región de Murcia (1,8 %) registraron los menores.

GASTO EN CONSUMO

El gasto en consumo final de los hogares creció tres años consecutivos: un 1,6 %, en el 2014; un 2,8 %, en el 2015 y un 3,2 %, en el 2016 (después de tres años con tasas anuales negativas). En el primer trimestre de 2017, el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento anual del 2,5 %.

PRODUCTIVIDAD

La productividad (valor añadido por persona ocupada) del sector comercio fue de 33.683 euros en 2015, un 4,2 % más que el año anterior. Por su parte, las actividades menos productivas fueron comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos (10.225 €); comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (17.065 €) y comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados (20.752 €).

CREACIÓN DE EMPRESAS

De la población total de empresas activas, sólo un 16,3 % tiene veinte o más años, mientras que el 20,8 % tiene menos de dos años. Las empresas industriales presentan las mayores proporciones de empresas veteranas (el 28,8 % tiene veinte o más años), mientras que las empresas jóvenes tienen mayor representatividad en las actividades del sector servicios, especialmente en hostelería, ya que el 26,8 % tienen menos de dos años de existencia.

TABLA 3. EMPRESAS ACTIVAS POR SECTOR ECONÓMICO E INTERVALO DE ASALARIADOS.					
Indicadores	Total	Industria	Construcción	Comercio	Resto Servicios
Sin asalariados	1.823.250	78.115	253.652	377.019	1.114.464
De 1 a 2	894.179	51.329	92.404	239.774	510.672
De 3 a 5	298.744	24.289	29.923	80.908	163.624
De 6 a 9	120.696	14.608	12.522	29.939	63.627
De 10 a 19	77.632	14.311	8.787	14.537	39.997
De 20 o más	67.845	16.153	5.635	11.326	34.731
Total	3.282.346	198.805	402.923	753.503	1.927.115

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE Directorio Central de Empresas. 1 de enero de 2017.

El comercio al por menor, excepto vehículos de motor y motocicletas, es el sector que tiene mayor número neto de empresas que han cesado su actividad; en enero de 2017, el saldo entre altas (58.910) y bajas (64.230) fue negativo (-5.320).

En la misma fecha, había 458.169 empresas dedicadas al comercio minorista (4.281 menos que en enero de 2016) que representan el 13,96 % del total de las registradas en el Directorio Central de Empresas (DIRCE). Por otra parte, los establecimientos dedicados al comercio minorista ascienden a 573.676 y suponen el 15,5 % del total.

La creación de empresas cayó un 10,3 % interanual en junio de 2017, encadenando tres meses consecutivos de retrocesos. El 20,7 % de las sociedades mercantiles creadas en junio se dedicaban al comercio. En cuanto a las sociedades disueltas por actividad económica principal, el 21,1 % correspondía al comercio.

INDICADORES SOBRE EL USO DE LAS TIC

La encuesta sobre el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones TIC y el comercio electrónico en las empresas tiene como principal objetivo obtener los datos necesarios que permitan medir el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el comercio electrónico en las empresas de los países miembros de la Unión Europea:

TABLA 4. USO DE LAS TIC. PORCENTAJE DE EMPRESAS 2016-2017		
Indicadores sobre uso de las TIC	Empresas con menos de 10 empleados	Empresas con más de 10 empleados
Disponen de ordenadores	73,1	99,6
Personal que usa ordenadores con fines empresariales	63,9	60,1
Personal que usa ordenadores conectados a internet con fines empresariales	60,5	51,9
Tiene sistemas internos de seguridad	45,9	87,0
Conexión a Internet	70,2	98,7
Conexión a Internet y sitio/página web ¹	29,8	77,7
Usan firma digital ¹	48,6	77,1
Banda ancha (fija o móvil) ¹	99,0	99,4
Banda ancha fija ¹	87,7	95,0
Banda ancha móvil ¹	72,6	82,4
Realizan ventas por comercio electrónico	4,5	20,4
Realizan compras por comercio electrónico	15,7	31,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Siguiendo las recomendaciones metodológicas de Eurostat, la encuesta tiene un doble ámbito temporal; las variables sobre uso de TIC hacen referencia al primer trimestre del año en el que se realiza la encuesta (2017), mientras que la información general de la empresa, el comercio electrónico y la formación en TIC, se refieren al año anterior.

¹Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet.

Las empresas que tienen diez o más empleados cuyas sedes sociales están ubicadas en Cataluña, Comunidad de Madrid y *Comunitat* Valenciana presentan las mayores intensidades en el uso de las TIC en el primer trimestre de 2017.

Por su parte, las empresas de la ciudad autónoma de Melilla y las comunidades autónomas de Canarias y Castilla-La Mancha tienen los menores porcentajes en el uso de las tecnologías de la información.

Las intensidades en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación hacen referencia a los siguientes indicadores: Conexión a Internet, Página Web, Uso de Firma Digital, Banda Ancha móvil, Uso de Medios Sociales y *Cloud Computing*.

INDICADORES QUE AFECTAN AL COMERCIO MINORISTA POR PROVINCIAS

El aumento de las ventas está directamente relacionado con el aumento de la actividad y del empleo. De las cincuenta y dos provincias, solamente cinco han recuperado un número de empresas similar al que tenían en 2008 (Illes Balears, Burgos, Málaga, Navarra y Santa Cruz de Tenerife); otras como Girona han tenido un crecimiento ininterrumpido y Madrid, después de un descenso, ha superado ya el nivel de aquel año.

La densidad empresarial media en España es de 70,48 empresas por cada mil habitantes; solamente catorce provincias están por encima de la media: Illes Balears, Barcelona, Girona; Madrid, Lleida, Huesca, Ourense, Alicante, Lugo, A Coruña, La Rioja, Málaga, Pontevedra y Burgos. En el conjunto de España, hay un local de comercio minorista para 81,18 habitantes; por encima de esta media hay quince provincias.

De la población en edad de trabajar (de 16 a 64 años) en España, el 58,38 % son trabajadores afiliados; por encima de esta media hay diecinueve provincias cuyos porcentajes están entre el 71,87 % de Álava y el

58,50 % de Lugo (Álava, Madrid, Gipuzkoa, Soria, Barcelona, Huesca, Zaragoza, Navarra, Bizkaia, Lleida, Jaén, Burgos, Valladolid, Palencia, Teruel, La Rioja, Castellón, Girona y Lugo).

En el ámbito nacional, del total de afiliados, el 10,65 % son trabajadores del comercio minorista; por encima de este porcentaje hay veintiuna provincias, entre ellas destacan: Melilla (16,72 %) Ceuta, Las Palmas de Gran Canaria, Cádiz, Málaga, Alicante, Asturias, Illes Balears, León y A Coruña (11,68 %).

De los afiliados al comercio minorista, el 28,60 % son trabajadores autónomos; las provincias que están por encima de este porcentaje son treinta y nueve, de ellas, nueve tienen más del 40 % de autónomos: Melilla, Cáceres, Ávila, Cuenca, Zamora, Segovia, Jaén, Bizkaia y Ciudad Real.

En el conjunto de España, los trabajadores del comercio minorista que tienen sesenta o más años y que, por tanto, están próximos a la jubilación representan el 5,34 %; hay treinta y tres provincias que tienen un porcentaje superior, entre ellas destacan: Bizkaia (12,47 %), León, Madrid, Zamora, Ávila, Navarra, Huesca, Soria, Lleida, Burgos, Palencia, Segovia (7,53 %).

3.2.2. EMPLEO COMERCIO MINORISTA

El índice de ocupación lleva 39 meses consecutivos presentando tasas positivas; según este indicador, en los siete primeros meses de 2017, el empleo en el sector del comercio minorista aumentó un 1,9 % de media en relación al mismo periodo del año anterior. Las comunidades autónomas que tienen mayores incrementos son también las más turísticas en correlación con el aumento de las ventas.

TABLA 5. ÍNDICES DE OCUPACIÓN NACIONALES								
General. Variación anual desde agosto 2010 (%)								
2010M08	2011M08	2012M08	2013M08	2014M08	2015M08	2016M08	2017M08	
-0,8	-0,2	-2,3	-1,8	0,4	1,1	1,7	1,7	
Modos de distribución								
	2010M08	2011M08	2012M08	2013M08	2014M08	2015M08	2016M08	2017M08
Empresas unilocalizadas	0,0	0,9	-2,6	-0,6	0,8	1,6	1,0	0,7
Pequeñas cadenas	-3,1	-3,3	-5,4	-4,7	-0,7	-0,4	0,6	0,0
Grandes cadenas	-0,1	1,4	1,2	-0,8	0,3	1,1	3,8	4,1
Grandes Superficies	0,4	-2,9	-2,7	-3,7	1,0	1,9	2,0	2,9

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Índice de Ocupación nacional y por Modos de distribución. Agosto 2010-17. Base 2010.

El aumento de las ventas se ha visto reflejado también en la afiliación a la Seguridad Social. Desde febrero de 2014 se han registrado crecimientos constantes de la afiliación. En el mes de julio de 2017, los afiliados del comercio minorista sumaban 1.939.460 que son 26.181 más que en el mismo mes del año anterior, lo que representa un aumento del 1,3 % interanual, por lo que la afiliación ha crecido durante 42 meses consecutivos.

Sin embargo, el número de comerciantes autónomos descendieron un 1,1 % en el último año. En los últimos diez años, las comunidades que más han perdido son: País Vasco (21,0 %), Cataluña (18,1 %), Navarra (17,4 %) y Andalucía (4,5 %) en menor medida.

De los 3.223.142 de autónomos registrados en toda España en julio de 2017, se dedicaban al sector del comercio 809.150, cifra que está muy lejos de los registros anteriores a la crisis. En números absolutos, hay 90.999 comerciantes menos que en mayo de 2008, fecha en la que comenzó a descender el número de autónomos.

Según los datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), en el comercio minorista, el paro registrado lleva 44 meses consecutivos de caídas interanuales contando desde diciembre de 2013. En julio de 2017, había 303.690 parados en el comercio minorista; el paro registrado descendió un 7,8 % interanual que son 25.598 menos que en julio de 2016.

3.3. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR

La situación actual del sector y las perspectivas de futuro vienen determinadas por los factores que se describen en el DAFO de este capítulo.

3.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La característica fundamental del sector en España es su **heterogeneidad**, tanto en los tipos de negocio como en el tamaño de las empresas, aun así predomina el comercio tradicional:

GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR SISTEMAS DE VENTA		% variación interanual
Tradicional	63,20	4,9
Autoservicio	30,90	-1,5
Comercio electrónico	2,20	40,5
A domicilio	1,40	35,5
Máquinas expendedoras	0,70	43,1
Venta ambulante	0,60	-6,2
Correo y catálogo	0,40	30,6

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Distribución (en porcentaje) de la cifra de negocios del comercio minorista según sistema de venta y variación anual. Año 2015.

ANÁLISIS DAFO:

DEBILIDADES

- Capacidad del sector para las inversiones financieras.
- Falta de concentración espacial de las actividades comerciales claves del sector.
- La alta edad media del empresariado.
- El alto índice de envejecimiento de los ocupados en el sector.
- Número de locales con una superficie total reducida (sobre todo en el sector de la alimentación).
- Bajo nivel de implantación y uso de nuevas tecnologías y de aplicaciones informáticas para la gestión del negocio y de los clientes.
- Profesionalización de la gestión empresarial deficiente y persistencia del modelo de economía familiar.
- Servicios prestados a los clientes tales como pagos con tarjeta o entrega a domicilio son de bajo nivel.
- Reticencia de los empresarios a asumir riesgos empresariales para financiar mejoras estructurales.
- Búsqueda de nuevos proveedores insuficiente.
- Escaso uso de formas de venta distinta de la tradicional (autoservicio, comercio electrónico).
- Estrategia empresarial. No existe en los pequeños comercios un plan de gestión anual que defina acciones y objetivos. Esta falta de estrategia está motivada por la desinformación sobre nuevas tendencias, nuevos productos y falta de conocimiento del sector.

- Software de gestión. Escasa utilización del software de gestión para obtener datos como los índices de rotación, los márgenes comerciales o el comportamiento del cliente.
- Inversión en marketing, publicidad y comunicación es escasa.
- Falta de servicios complementarios (reparto a domicilio, admisión de pedidos por teléfono, servicio de postventa, pagos aplazados).
- El nivel de formación del empresario es bajo y muestra poco interés por la formación de los recursos humanos.
- Alta rotación de los empleados del sector.
- Preferencia de los consumidores por las grandes superficies y grandes almacenes, para realizar las compras del hogar.
- Necesidad de mejorar la interacción entre el comercio de la ciudad y el comercio turístico.

AMENAZAS

- Falta de competitividad por la no adaptación a las modernas técnicas de gestión empresarial.
- Aparición de nuevos formatos de tiendas de proximidad vinculadas a grandes cadenas de distribución.
- Cambios en los hábitos de compra.
- La edad media elevada de los gerentes comporta efectos nocivos sobre el dinamismo y la innovación del sector.
- Falta de relevo generacional en la gestión de negocios.
- Poco margen de negociación del pequeño comercio.
- Pérdida de oportunidades para llevar a cabo estrategias de planificación global del comercio.
- Dificultad para detectar y analizar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado.
- Recursos humanos con escasa formación.
- Cambios sociodemográficos y tendencia decreciente en número de miembros del hogar.
- Decremento del gasto en alimentación de los hogares.
- La evolución de la sociedad: nuevos hábitos de compra, nuevas y cambiantes necesidades, nuevos canales de venta derivados de la explosión digital.
- Pérdida de la función social del comercio tradicional en la provisión de bienes y servicios.
- Descenso del poder adquisitivo de la sociedad como consecuencia de la pasada crisis económica.
- La entrada de empresas multinacionales con horarios 24 horas y precios más bajos.
- Una mayor dificultad en la disposición de recursos financieros y la menor capacidad innovadora, que afecta especialmente a las micropymes.
- Elevado precio del suelo comercial.

FORTALEZAS

- Ubicación. La mayoría de los pequeños comercios están ubicados en centros urbanos, foco de atracción de consumidores.
- Contribución a la cohesión territorial y social, tanto en entorno urbano como rural.
- Atención al cliente. El pequeño comercio sabe cómo tratar a sus clientes y adaptarse a sus gustos.
- Experiencia. La mayoría de los empresarios tienen una larga trayectoria en el sector.
- Buen posicionamiento como destino turístico líder, estilo de vida atractivo y oferta de ocio.
- Mejor formación de los jóvenes comerciantes.
- Aparición de nuevas empresas innovadoras que amplían la oferta comercial.
- Modernización y eficiencia de los centros comerciales abiertos.
- Existencia de numerosas asociaciones de comerciantes y entidades de apoyo como las cámaras de comercio y federaciones del sector.
- Desarrollo de los planes estratégicos de apoyo al comercio minorista desde los poderes públicos (Estado, comunidades autónomas y entidades locales).
- Efecto macroeconómico del comercio; internacionalización, captación de inversiones del exterior.

- Alta capacidad de arrastre de la economía
- Fomento de las relaciones intersectoriales, eslabonamiento con otros sectores.

OPORTUNIDADES

- Potenciar el comercio de proximidad mediante la especialización y la diferenciación a través de actuaciones individuales y colectivas.
- Apostar por la calidad de los productos y por la estética de los establecimientos, para ofrecer un valor diferencial.
- Incentivar el comercio especializado como nexo de unión entre el centro comercial, los servicios de la ciudad y el centro turístico.
- Aplicar los planes para los mercados municipales de abastos, mejorando su oferta y estado, flexibilizando los horarios para adaptarse a las necesidades del nuevo consumidor.
- Proponer alternativas de gestión y urbanísticas en zonas determinadas como las de alta densidad comercial.
- Llevar a cabo actuaciones para fomentar el crecimiento y rejuvenecimiento de la población en los centros urbanos.
- Investigar las posibilidades de diseñar aparcamientos con sistema de rotación en las zonas de densidad comercial alta junto a actuaciones relacionadas con los recorridos de transporte público.
- Ligar el comercio a las actividades de ocio, incrementando estos servicios en el centro de la ciudad.
- Unificar criterios entre comercios asociados para fidelizar clientes.
- Adoptar fórmulas que conlleven un mayor grado de modernización: cadenas voluntarias, cooperativas, sucursales y franquicias.
- Establecer formas más eficientes de aprovisionamiento (centrales de compras, cooperativas de consumo).
- Realizar planes de dinamización comercial.
- Crear un centro de innovación del comercio.
- Adaptarse a las nuevas realidades sociales y a sus hábitos de consumo.
- Concienciar al comercio de la necesidad de unión e implicación.
- Estructurar y fortalecer el tejido asociativo de las ciudades.
- Concienciar al empresario de la importancia de la formación en el sector.
- Incrementar y controlar la calidad de la formación del sector.
- Potenciar la relación entre lo público y lo privado.
- Favorecer la conexión del centro comercial con el centro turístico.
- Mejorar el contacto con la clientela, la cercanía y el trato personal.
- Acceder a las nuevas tecnologías y a las nuevas técnicas comerciales (*e-commerce*)
- Conectar el turismo con el comercio.

3.3.2. PERSPECTIVAS DE FUTURO

Las tecnologías no sólo han cambiado los canales de ventas del sector *retail* sino también los propios modelos comerciales. La competencia en el sector obliga a los autónomos y pymes minoristas a estar al día en las nuevas tendencias para aplicar nuevas estrategias o adaptarlas a sus propios canales de venta. Para ello, hay que desarrollar formas de comunicación que permitan impactar al comprador independientemente del canal que se esté usando (*online*, móvil o tienda física).

Con este objetivo, deben implementarse los medios digitales, que permitan segmentar y personalizar los mensajes. Los mundos *offline* (comercio tradicional de carácter físico) y *online* (virtual) deben tender a su unión en el punto de venta, lo que permitirá a las marcas obtener mejores resultados empresariales a la vez de ofrecer a los clientes una mejor experiencia de compra. De esta manera, el consumidor recibirá productos de su interés, en el momento, canal y lugar adecuados. Alternativas como el *Click and Collect* (pedido *online* con recogida en tienda física) se están popularizando.

Aunque el **e-commerce** no constituye la mayor parte de las compras de los consumidores, la influencia digital en las compras *offline* es infinitamente superior; los consumidores se informan *online* antes y después compran *offline*. En los últimos años, las ventas *online* se han multiplicado y continúan creciendo a un ritmo sostenido. En el futuro, la mayoría de las compras de diversas categorías de productos ya se realizarán *online*. Como consecuencia de ello, la distinción entre tiendas físicas y *online* está desapareciendo. Las tiendas físicas deben transformarse para complementar a las *online*, desarrollando ofertas de carácter omnicanal. El comercio y, en especial, el pequeño comercio, debe ser innovador y ofrecer calidad y servicios con mejores niveles de eficiencia y eficacia. La innovación en el comercio minorista consiste en identificar carencias y necesidades insatisfechas de los clientes y detectar los huecos de mercado a los que poder dirigirse y aportar valor.

Según el “Informe sobre Tendencias de Medios de Pago 2015”, la venta *online* suponía un tercio de la facturación total del comercio minorista. Ante estas cifras, podríamos pensar que el modelo de negocio está en peligro, sin embargo, quienes han sabido reaccionar ante esta tendencia, lo han visto como una oportunidad para llegar a nuevos mercados y clientes. Los **comercios tradicionales** deben transformarse en negocios diferenciados y singulares, para tener mayores posibilidades de éxito. Por ello, es fundamental la innovación para aumentar la competitividad y asegurar la supervivencia, dando respuesta a las necesidades de los consumidores y adaptándose mejor al mercado. Los comercios deben ser omnicanal para que las empresas minoristas puedan acercarse al comprador. Tener una presencia omnicanal puede suponer una mayor facturación, al llegar a un cliente cada vez más digitalizado a través del *e-commerce*, de las aplicaciones para Smartphone, de las redes sociales...

Para desarrollar un comercio más competitivo se están incorporando nuevos conceptos organizativos así como desarrollos tecnológicos e innovadores entre los que se incluyen los siguientes:

CÓDIGOS QR

Los códigos QR son un tipo de código de barras bidimensionales, donde la información está codificada dentro de un cuadrado que permite almacenar gran cantidad de información alfanumérica. Esta utilización de los códigos QR se ha extendido estos últimos años, en los que los comercios los están utilizando con más frecuencia, ya que se pueden utilizar para campañas de marketing, publicidad, *merchandising*, etc.

Sin embargo, el pequeño comercio aún no ha explotado y explorado las múltiples posibilidades de esta tecnología, que evoluciona al ritmo de los teléfonos móviles de última generación.

DIGITAL SIGNAGE (MARKETING DIGITAL DINÁMICO)

Se trata de un medio de comunicación de contenidos digitales e interactivos en el punto de venta y en lugares públicos, a través de pantallas, proyectores, tótems o paneles táctiles. Además, en cada punto de venta o en cada soporte de emisión se puede gestionar de forma individualizada, y la gestión y actualización de contenidos se realiza de forma remota (a través de Internet), lo que permite segmentar la información que se envía a cada lugar o establecimiento. Cualquier comercio puede usar esta tecnología en el punto de venta, ya que su empleo no es complejo; lo que se necesita es un ordenador, una pantalla de visualización, el software necesario y una programación a medida.

CO-WORKING (TRABAJO COOPERATIVO)

Forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos.

CLICK & COLLECT

La recogida en la tienda es un servicio que da la posibilidad al cliente de ver desde la tienda *online* la disponibilidad de los productos en tiempo real e ir a recoger el pedido a la tienda seleccionada. El servicio está orientado a facilitar el proceso de compra al cliente. Este tipo de recogida en tienda es un valor añadido para los comercios y para la estrategia de marca.

BRICK & CLICKS

Es un modelo de negocio que integra las ventas *online* y *offline* en el espacio físico de la tienda, permitiendo al cliente comprar simultáneamente por distintos canales. El pequeño comerciante puede crear tanto una tienda fusión como unirse con otro grupo de pequeños comerciantes para crear su propia tienda (*co-working*), mientras que las tiendas *pop-up* o las tiendas insignia son establecimientos que tienen grandes dificultades para que un pequeño comercio pueda crearlas por sí mismo. Las recogidas en la tienda *Click and Collect* y la unión de *Brick and Click* son dos formatos que los pequeños comercios tradicionales pueden incluir, aportando un servicio añadido al comercio.

GREEN RETAIL

A través de las innovaciones en *Green Retail*, las empresas desarrollan su estrategia de responsabilidad social corporativa. Se trata de una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental que generalmente las empresas realizan para mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Todo ello contribuye a conseguir una estrategia de diferenciación al tiempo que sirve para reducir sus costes, normalmente ponen en marcha programas de sostenibilidad en el *packaging*, en el uso de materiales reciclados (sustitución de bolsas de plástico por las de papel o reutilizables), en la sustitución de la iluminación (iluminación mediante tecnología LED's),... etc.

CHECK UP

Consiste en identificar las preferencias del consumidor mediante el uso de tecnologías para personalizar la oferta. Gracias a las aplicaciones del comercio en cuestión instaladas en los Smartphone de los consumidores, el autónomo dispone de herramientas de análisis que chequean los hábitos de compra del cliente.

NETWORKING

Es una técnica que se utiliza para ampliar los contactos del sector mediante el uso de las nuevas tecnologías, internet, redes sociales, fundamentalmente, y a través de la participación en eventos, ferias...etc.

FLAGSHIP STORE O TIENDAS INSIGNIA

Son espacios pensados para la creación y gestión de una experiencia única y exclusiva. Este tipo de tiendas son espacios donde el "vender" pasa a un segundo plano, lo que se busca es crear experiencias de entretenimiento y educativas, se suelen utilizar como estrategias de marketing experiencial.

CLOUD COMPUTING (NUBE)

Es un nuevo modelo de prestación de servicios de negocio y tecnología, que permite incluso al usuario acceder a un catálogo de servicios estandarizados y responder con ellos a las necesidades de su negocio de forma flexible y adaptativa.

El cambio que ofrece la nube es que permite aumentar el número de servicios basados en la red. Esto genera beneficios tanto para los proveedores, que pueden ofrecer un mayor número de servicios de forma más rápida y eficiente, como para los usuarios, que tienen la posibilidad de acceder a ellos disfrutando de la transparencia e inmediatez del sistema y de un modelo de pago por consumo. Así mismo, el consumidor ahorra los costes salariales o los costes en inversión económica (locales, material especializado, etc.).

La nube consigue aportar estas ventajas, apoyándose sobre una infraestructura tecnológica dinámica que se caracteriza, entre otros factores, por un alto grado de automatización, una rápida movilización de los recursos, una elevada capacidad de adaptación para atender a una demanda variable, así como virtualización avanzada y un precio flexible en función del consumo realizado, evitando además el uso fraudulento del software y la piratería.

SOFTWARE COMO SERVICIO (SAAS)

Se trata de un modelo de distribución de software en el que las aplicaciones informáticas están alojadas en una compañía o proveedor de servicio y puestas a disposición de los usuarios a través de una red, generalmente Internet.

NEUROBRANDING

Las tiendas que se vienen llamando “tiendas sentimentales” buscan que la compra sea una experiencia. El espacio físico cobra un nuevo sentido para ser proyector de vivencias. Esta tendencia se apoya en el *neurobranding*, que vincula las reacciones nerviosas del consumidor con los estímulos que envía una marca.

COMUNIDAD (REDES)

Para dar valor a la compra, no se deja solos a los compradores, sino que se crea comunidad con ellos. El concepto de comunidad de marca está en auge. Las redes sociales posibilitan este vínculo con los clientes potenciales y fieles a los que transmitir las características de su producto o servicio.

NUEVAS FORMAS DE PAGO

Los sistemas de pago con tarjetas sin contacto o de abono vía teléfono móvil, en el cual, a través de la tecnología NFC (*Near Field Communications*) se da la posibilidad al usuario de realizar transacciones con solo acercar el teléfono móvil a un lector. Las herramientas *TechRetail* como *Apple Pay*, *Samsung Pay* y *Android Pay* vía teléfonos inteligentes están creciendo en todos los países europeos. Estas formas de pago, en el centro de la experiencia de compra, ofrecen al consumidor sus principales demandas: comodidad y garantía de seguridad.

La incorporación del sistema de pago por móvil, aporta al comercio rapidez (en periodos de rebajas o épocas de grandes compras) y comodidad (teléfono móvil suele estar más a mano que la tarjeta de crédito). Además se trata de una herramienta de fácil inserción en los pequeños comercios. Por lo tanto, como el consumidor actual tiene siempre al alcance el móvil, las empresas deben de enfrentarse al reto de incorporar el sistema de pago por móvil, para, de esta forma, satisfacer a los clientes y ofrecerles un buen servicio.

BIG DATA

Es un sistema que permite extraer información muy útil de las bases de datos de los compradores y almacenarlos. Esta opción tecnológica es especialmente práctica para comercios *online* que, a través del registro de visitas a la web, tienen la opción de personalizar la oferta al cliente.

MARKETPLACES (MERCADOS ELECTRÓNICOS)

Son instrumentos capaces de comercializar todas las categorías de productos en una única plataforma que permiten unir distintos pedidos en una única entrega.

E-FULLFILLER

Son empresas especializadas en la entrega de productos. Ofrecen a los grandes minoristas un servicio a cambio de una tasa agilizando su capacidad de entrega.

POP-UP

Son tiendas y restaurantes, en los que el espacio deja de ser fijo para convertirse en itinerante y temporal a fin de ofrecer un servicio diferenciado respecto al resto de empresas del sector.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Esta modalidad de compra está teniendo cada vez más importancia en los últimos años, porque se trata de un medio que se adapta y satisface constantemente las exigencias de los clientes, llegando hasta tal punto que se está combinando el comercio *online* con el *offline*. Gracias a Internet, ha cambiado el comportamiento de compra de los consumidores, que deciden cada vez más “hacer la compra” (*online*), sin tener que salir de su casa, con “ir de compras” (*offline*), disfrutando en las tiendas como una forma más de ocio.

PÁGINA WEB / APP

Se trata de aplicaciones informáticas que se utilizan a través de internet o de teléfonos inteligentes para realizar sus compras a través de los mismos.

MARKETING WIFI

Es una herramienta de gestión comercial que consiste en que el cliente llega a la tienda, selecciona la red y se conecta con uno de sus perfiles sociales (Facebook, Twitter,...) o con su email. Esta información que deja el cliente la recoge la herramienta, identificándolo en el CRM (*Customer Relationship Management*) de la tienda y enriqueciendo la información que se dispone de él con datos sociales. En el caso de no tener al cliente previamente identificado, automáticamente pasaría su información a formar parte del CRM. El Marketing WiFi permite unir el entorno *online* con el *offline*, aprovechando el cada vez mayor perfil tecnológico de los consumidores.

También son muy utilizados otros sistemas como:

- El Terminal Punto de Venta (TPV's) es la tecnología o sistema informático que permite gestionar de manera conjunta todo el proceso de venta (tickets, facturas, ventas, etc.).
- El Sistema de Etiquetado Electrónico de Precios (ESL). Este sistema de gestión permite de forma remota, instantánea, automatizada y compatible con la tecnología TPV's, mantener siempre actualizados los precios de los productos expuestos al público, y cambiarlos sin que se produzcan errores.

3.4. FORMAS DE DESARROLLO DEL COMERCIO

En el sector del comercio minorista, podemos encontrar diferentes tipos de organización:

3.4.1. COMERCIO INDEPENDIENTE

Aquel comercio cuyo propietario, que suele ser individual, realiza sus actividades de forma autónoma. Al hablar de comercio independiente, nos referimos al comercio tradicional de mostrador que suele tener menos de 100 m², menos de dos empleados, un punto de venta, equipamiento básico, escasa formación, régimen de venta tradicional y forma jurídica de persona física. Dentro del mismo se encuentran también otros formatos:

AUTOSERVICIO

Comercio al por menor de cualquier clase de productos alimenticios y de bebidas en establecimientos cuya sala de ventas tenga una superficie inferior a 120 m².

SUPERSERVICIOS

Establecimiento de comercio al por menor de cualquier clase de productos alimenticios y de bebidas, en régimen de autoservicio o mixto cuando la superficie de su sala de ventas se halle comprendida entre 120 y 399 m².

SUPERMERCADOS

Comercio al por menor de cualquier clase de productos alimenticios, bebidas, artículos de higiene, perfumería y limpieza en régimen de autoservicio o mixto, denominado así cuando la superficie de su sala de ventas sea igual o superior a 400 m² e inferior a 2.500 m².

COMERCIO ESPECIALIZADO

Se caracteriza por ser un punto de venta relacionado con un surtido específico de determinadas líneas de producto, que puede incluir una categoría de productos de alimentación como fruterías, pescaderías, carnicerías..., o bien de carácter polivalente que vende cualquier clase de productos alimenticios y bebidas no incluido en los formatos anteriores.

3.4.2. COMERCIO ASOCIADO

Son empresas de distribución que, manteniendo su independencia jurídica y económica, se asocian para realizar de forma conjunta algunas funciones de distribución. El grado de compromiso da lugar a distintos formatos:

FRANQUICIA

La Ley de Ordenación del Comercio Minorista la define como "Actividad comercial que se realiza en virtud del contrato por el cual una empresa, el franquiciador, concede a otra, el franquiciado, a cambio de una contraprestación financiera directa o indirecta, el derecho a la explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos o servicios y que comprende, por lo menos: el uso de una denominación o rótulo común y una presentación uniforme de los locales o de los medios de transporte objeto del contrato; la comunicación por el franquiciador al franquiciado de un saber hacer y la prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo."

COOPERATIVA DE DETALLISTAS

Asociación de minoristas formada por un conjunto de detallistas que, adoptando la misma forma jurídica de cooperativa, tienen como misión llevar a cabo las compras de forma conjunta y también realizar algunos servicios de forma mancomunada.

CENTROS COMERCIALES

Según la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), un centro comercial es un “Conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad, cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionadas con su entorno, y que disponen permanentemente de una imagen y gestión unitaria”.

La atracción de un centro comercial viene dada por los principios de aglomeración y complementariedad, ya que los puntos de venta están situados muy próximos entre si y ofrecen productos y servicios variados.

MERCADOS MUNICIPALES

Se dedican principalmente a la venta de productos frescos situados en un mismo edificio. Su gestión o funcionamiento es llevada a cabo por los ayuntamientos y concesiones a terceros. Generalmente son puestos de pequeño tamaño que surgen por la necesidad de abastecer a la población. Actualmente se está produciendo un cambio para la modernización y remodelación de éstos, para tratar de adaptarse a la evolución de los cambios en los hábitos de compra y consumo.

CENTRALES DE COMPRAS

Se trata de una organización con recursos económicos y personalidad jurídica propia que tiene por objeto desarrollar actividades y prestar servicios a empresas independientes. Estas empresas se asocian a la misma mediante una reglamentación interna y en régimen de cooperación para mejorar su posición competitiva en el mercado. Su actividad principal es la de centralizar la búsqueda y negociación por parte de empresas proveedoras y clientes; la negociación centralizada a través de la Central de Compras beneficia a las empresas ya que supone seguridad e incremento de las ventas, reducción de los costes de gestión comercial así como la posibilidad de beneficiarse de las economías de escala, es decir, de obtener una serie de productos y servicios de manera conjunta, consiguiendo así una ventaja en la negociación que no obtendría si se llevara a cabo de manera individual.

3.4.3. COMERCIO INTEGRADO

Son empresas de distribución que, mediante el proceso de integración, reúnen las funciones de mayorista y minorista. El grado de compromiso da lugar a distintos formatos:

TIENDAS DESCUENTO

Establecimientos que, en libre servicio, ofertan un surtido de productos reducido, con un nivel de servicios mínimos. Los costes se reducen mediante personal polivalente, inversiones en establecimiento mínimas, escaso surtido, poca publicidad, etc. lo que les permite disminuir los precios.

HIPERMERCADOS

Según la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), se definen como “establecimiento comercial detallista situado en zona de influencia urbana que, en régimen de autoservicio, ofrece una amplia gama de artículos de alimentación en un superficie de venta superior a los 2.500 m² y que dispone de una zona de aparcamiento además de otros servicios complementarios”.

ALMACENES POPULARES

Según la ANGED se definen como "establecimientos de gran superficie (inferior a los 4.000 m²) que venden artículos de primera necesidad, con surtidos limitados en gama y precios bajos. Utilizan el libre servicio y la superficie comercial se organiza en secciones".

GRANDES ALMACENES

Según la ANGED se definen como "establecimientos de gran superficie (superior a los 4.000 m²) que ofrecen al público fundamentalmente artículos de vestido, hogar y consumo en general, distribuidos en secciones, con amplios surtidos y con un gran número de empleados." Se caracterizan por ofrecer una gran variedad de servicios a los consumidores. Generalmente no ofrecen productos de alimentación, aunque en ocasiones incorporan un supermercado.

4. MERCADO DE TRABAJO

4.1. EL MERCADO DE TRABAJO DEL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA

Para conocer el mercado de trabajo del sector del comercio minorista se analizarán distintos indicadores y sus variables en los siguientes siete grupos de actividades económicas de la CNAE-2009 incluidas en el estudio:

CNAE

- 47.1 Comercio al por menor en establecimientos no especializados.
- 47.2 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados.
- 47.4 Comercio al por menor de equipos para tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados.
- 47.5 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.
- 47.6 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.
- 47.7 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados.
- 47.9 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos.

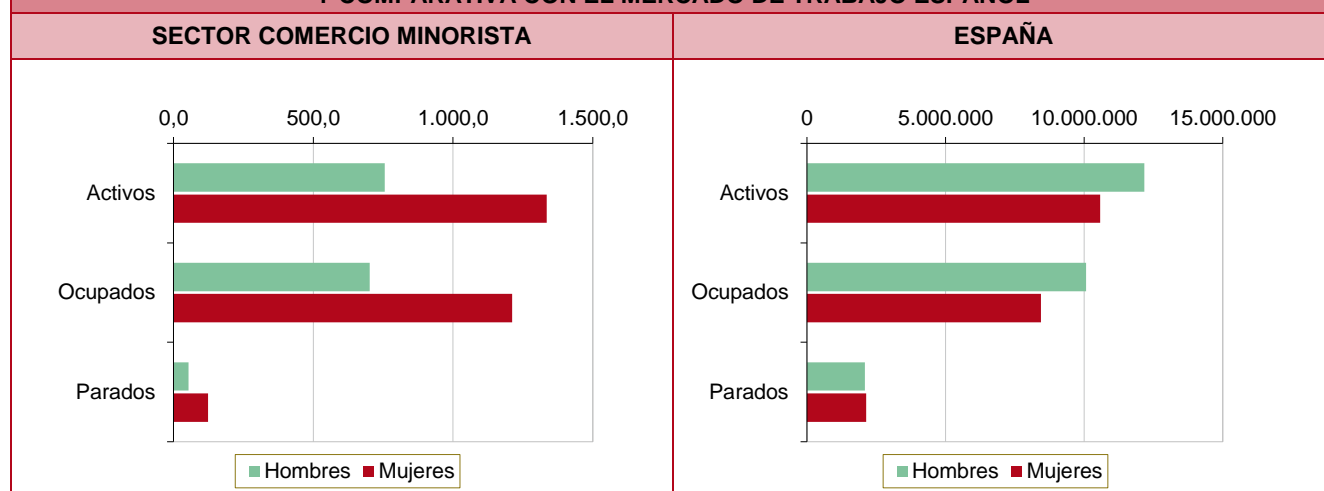
4.1.1. ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA

En el cuarto trimestre de 2016 la población activa dedicada al comercio minorista se situó en 2.090.900 personas, de las cuales el 91,51 % se encontraban ocupadas y el 8,49 % paradas.

El comercio minorista tiene un importante peso dentro del conjunto de todas las actividades económicas del país, ya que su población activa ocupada alcanza la cifra de 1.913.400 personas, que representan el 10,34 % del total de los ocupados de España. A su vez, en el ámbito estudiado se encuentran 177.500 personas paradas, que suponen el 4,19 % de los parados del país.

En la población activa del sector se constata una mayoría de mujeres, un 63,85 %, a diferencia de la menor presencia que tienen éstas en el total de la población activa de España, donde solo alcanzan el 46,51 %. En los ocupados se aprecian valores similares, pues las mujeres alcanzan un 63,30 % en el comercio minorista, frente al 45,58 % de las mismas que se encuentran en el total nacional de ocupados. Por último, en los parados del sector, la proporción femenina es del 69,75 % y en el conjunto de España del 50,56 %.

GRÁFICO 3. ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA DEL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA Y COMPARATIVA CON EL MERCADO DE TRABAJO ESPAÑOL



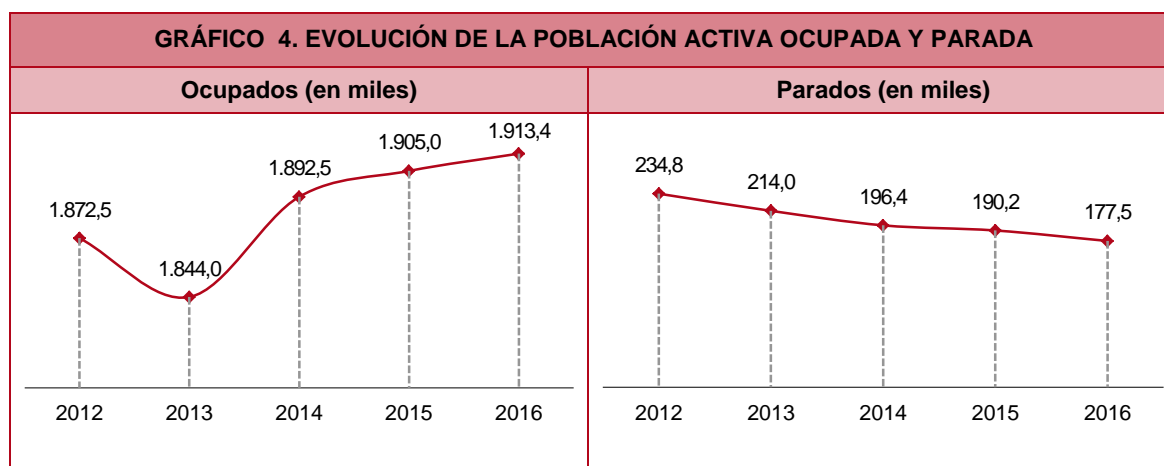
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Encuesta de Población Activa. IV trimestre de 2016.

En el año 2012 la tasa de paro fue de un 11,14 % y se ha ido reduciendo progresivamente hasta el 8,49 % alcanzado en 2016, muy por debajo de la tasa de paro del total de actividades económicas de España y ello ocurre tanto para hombres como para mujeres.

Sexo	Sector Comercio Minorista	Total AAEE
Hombres	7,10	17,22
Mujeres	9,27	20,25
Total	8,49	18,63

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Encuesta de Población Activa. IV trimestre de 2016.

Respecto a la evolución de la población activa en los últimos cinco años, en 2016 se contabilizaron 40.900 ocupados más que en 2012, suponiendo un aumento del 2,18 %. A su vez, en los cinco años analizados, los parados descendieron un 24,40 %, pues en 2016 se registraron 57.300 parados menos que en el año 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Encuesta de Población Activa. IV trimestre de cada año.

En el año 2013 disminuyó la cifra de ocupados y como se verá a continuación, ocurrió lo mismo con el número de afiliados. Es a partir de ese año cuando el crecimiento siguió sin interrupción hasta el 2016.

4.1.2. AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL

A fecha 31 de diciembre de 2016 se encontraban en alta laboral 1.665.179 afiliados, 27.499 cotizantes más que el año anterior. El incremento observado desde el año 2012 al 2016 de forma acumulada es de 84.436.

Afiliados					% de variación				
2012	2013	2014	2015	2016	12/11	13/12	14/13	15/14	16/15
1.580.743	1.573.982	1.602.651	1.637.680	1.665.179	- 2,29	- 0,43	1,82	2,19	1,68

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del MEYSS. Trabajadores afiliados a la Seguridad Social. 31 diciembre de cada año.

Cabe tener en cuenta que para este apartado se han contabilizado los afiliados a la Seguridad Social como sumatorio de los afiliados en las actividades económicas a cuatro dígitos de CNAE elegidas para el sector Comercio Minorista.

En la tabla 8 se ofrecen los datos del año 2016 correspondientes a los centros de cotización y los afiliados por grupos de actividades económicas, el peso que representan los afiliados de cada una de ellas sobre el total del sector, su variación interanual y su variación en los últimos cinco años.

TABLA 8. EMPRESAS Y TRABAJADORES EN LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO MINORISTA

CNAE	Actividad Económica	Centros de cotización	Afiliados			
			Nº afiliados	% sobre total	% var. 2016/15	% var. 2016/12
47.1	Comercio al por menor en establecimientos no especializados	37.336	614.842	36,92	-2,31	4,77
4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco	20.597	419.424	25,19	4,14	7,79
4719	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados	16.739	195.418	11,74	-1,42	-1,18
47.2	Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	44.041	272.047	16,34	0,49	6,73
4721	Comercio al por menor de frutas y hortalizas	8.004	50.018	3,00	-4,71	-7,59
4722	Comercio al por menor de carne y productos cárnicos	11.823	68.870	4,14	-1,08	-2,87
4723	Comercio al por menor de pescados y mariscos	3.937	20.389	1,22	-0,87	-0,89
4724	Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería	11.444	70.985	4,26	2,12	12,80
4725	Comercio al por menor de bebidas	1.170	7.274	0,44	7,89	32,76
4729	Otro comercio al por menor de productos alimenticios	7.663	54.511	3,27	5,23	33,34
47.4	Comercio al por menor de equipos para tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados	6.778	44.045	2,65	-0,56	-4,53
4741	Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos	2.325	13.694	0,82	1,96	23,11
4742	Comercio al por menor de equipos periféricos de telecomunicaciones	4.088	28.329	1,70	-1,68	-14,33
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo	365	2.022	0,12	-1,22	3,85
47.5	Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	31.107	197.424	11,86	2,66	4,99
4751	Comercio al por menor de textiles	6.350	35.827	2,15	1,15	1,50
4752	Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio	9.793	67.019	4,02	3,71	9,33
4753	Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos	4.140	30.568	1,84	-1,34	-18,72
4754	Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos	3.078	21.632	1,30	1,89	15,90
4759	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico	7.746	42.378	2,54	5,80	20,52
47.6	Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	10.759	85.882	5,16	1,39	8,87
4761	Comercio al por menor de libros	3.485	20.033	1,20	-2,07	-11,37
4762	Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería	2.533	14.601	0,88	-0,23	4,65
4763	Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo	73	355	0,02	-1,11	10,59
4764	Comercio al por menor de artículos deportivos	3.334	41.957	2,52	2,51	17,23
4765	Comercio al por menor de juegos y juguetes	1.334	8.936	0,54	7,30	43,67
47.7	Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	58.262	422.362	25,36	0,93	5,36
4771	Comercio al por menor de prendas de vestir	23.380	216.606	13,01	-0,59	3,09
4772	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero	6.524	37.689	2,26	0,19	2,19
4774	Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos	3.305	17.412	1,05	5,14	16,64
4775	Comercio al por menor de productos cosméticos e higiénicos	4.035	31.058	1,87	6,66	15,99
4776	Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos	5.560	30.400	1,83	4,11	16,90
4777	Comercio al por menor de artículos de relojería joyería	4.081	23.396	1,41	2,01	-2,52
4778	Otro comercio al por menor de artículos nuevos	10.065	55.825	3,35	1,59	6,41
4779	Comercio al por menor de artículos de segunda mano	1.312	9.976	0,60	-2,25	2,76
47.9	Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	2.244	28.577	1,72	9,17	14,08
4791	Comercio al por menor por correspondencia o Internet	748	9.733	0,58	16,77	102,64
4799	Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	1.496	18.844	1,13	5,62	-6,93
Total		190.527	1.665.179	100,00	1,68	5,34

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del MEYSS. Trabajadores afiliados a la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016

Nota: Los centros de cotización se corresponden con las cuentas de cotización a la Seguridad Social en el Régimen General. Los afiliados incluyen tanto los del Régimen General como Régimen Especial Trabajadores Autónomos.

Los grupos de actividades a tres dígitos de CNAE, se desglosan a su vez en 31 clases a cuatro dígitos, como se ve en la tabla 8, si bien cabe destacar que la mitad de los afiliados del comercio minorista se concentra en tres actividades que son las siguientes:

- 4711 Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco. Con 419.424 afiliados, esta clase acumula el 25,19 % de los trabajadores de todo el sector. En el año 2016 se han incrementado un 4,14 % respecto al año anterior y han alcanzado cifras que superan ampliamente las de hace cinco años. Los trabajadores en su mayoría están empleados por cuenta ajena, mientras que los autónomos representan solo un 13,56 % del total. Comprende el comercio al por menor de una gran variedad de artículos con predominio de los productos alimenticios, bebidas o tabaco y las actividades de las grandes superficies que, aparte de vender principalmente alimentos, bebidas y tabaco, ofrecen otras mercancías tales como prendas de vestir, muebles, electrodomésticos, artículos de ferretería, cosméticos, etc. En cuanto al perfil de los afiliados, vemos que el porcentaje de mujeres en este tipo de establecimientos es del 64,19 %. El tramo de edad que predomina es el de 35 a 44 años, edad que tienen un 37,15 % de los afiliados. Los extranjeros tienen un peso del 9,44 % y solamente dos de cada diez de ellos son de la Unión Europea.
- 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados. En esta clase se encuentran 216.606 afiliados, un 13,10 % del total del sector. Aquí los autónomos tienen una mayor presencia que en la actividad mencionada anteriormente, alcanzando el 29,46 % de los trabajadores. Las mujeres prácticamente suponen ocho de cada diez cotizantes. Respecto a los tramos de edad, el predominante es el de 25 a 34 años, donde encontramos a un 32,34 % de los afiliados. Los extranjeros suponen el 7,75 % de toda la afiliación y un 34,13 % tienen como país de nacionalidad alguno de la UE.
- 4719 Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados. Aquí trabajan 195.418 afiliados, el 11,74 % de todo el Comercio Minorista. Esta clase comprende el comercio al por menor de una gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco y las actividades de los grandes almacenes que ofrecen mercancías en general entre las que se incluyen prendas de vestir, muebles, electrodomésticos, artículos de ferretería, cosméticos, joyería, juguetes, artículos de deportes, etc. Los autónomos no tienen mucho peso, alcanzando un 19,75 %. Las mujeres representan el 58,48 % de todos los cotizantes. Un 32,26 % del total de afiliados tienen entre 35 y 44 años. Los extranjeros son el 9,43 % de los afiliados y solamente un 18,79 % son de la UE.

Respecto al comportamiento experimentado en el último año, de todas las actividades encontramos que algunas de ellas mostraron en 2016 un crecimiento importante respecto a la afiliación del año anterior. Las más destacadas son las tres siguientes:

- 4791 Comercio al por menor por correspondencia o internet. En el año 2016 su crecimiento interanual fue del 16,77 %. Comprende a 9.733 afiliados y representa el 0,58 % del sector (los comercios que venden de esta manera pero también en tienda física no están incluidos en esta clase). El 36,11 % de los trabajadores son autónomos. Las mujeres se encuentran en un 52,41 %. Los extranjeros son un 11,52 % de los afiliados y aquí encontramos que la cifra de los pertenecientes a la UE es muy alta, del 77,45 %. La edad predominante en los afiliados es de 25 a 34 años, que representan el 37,45 % del total.
- 4725 Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados. Aumentó en el último año un 7,89 % hasta alcanzar los 7.274 afiliados. Aquí se encuentran un 34,00 % de autónomos. Es una de las pocas actividades donde los hombres son mayoría, concretamente un 58,74 %. Respecto a la edad, el 31,74 % de los afiliados tiene entre 35 y 44 años. Los extranjeros suman el 12,92 % de todos los afiliados y el 52,45 % de los mismos son de fuera de la UE.
- 4765 Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados. El incremento respecto al año 2015 fue del 7,30 %, y llegó a los 8.936 afiliados, un 0,54 % del total. Los autónomos representan el 26,51 % de los trabajadores de esta actividad. Las mujeres alcanzan el 60,30 % de los afiliados. Por edades, el tramo más numeroso es el de 25 a 34 años que suma un 37,14 % del total. Respecto a la nacionalidad, solamente un 5,63 % son extranjeros y el 57,46 % de los mismos pertenecen a algún país externo a la UE.

Por último, si tenemos en cuenta un periodo de tiempo más amplio, desde el año 2012 al 2016, las actividades que han tenido los incrementos porcentuales más relevantes han sido: 4791 Comercio al por menor por correspondencia o internet, seguido de 4765 Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados, y 4729 Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados. Estas actividades junto a 4725 Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados y 4724 Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados, son las únicas que han tenido variaciones positivas sin interrupción durante los últimos cinco años. Tal como se aprecia en la tabla 7, otras actividades han tenido variaciones positivas en 2016/2015 y 2016/2012, que reflejan un buen comportamiento aunque hayan tenido algunas fluctuaciones en años intermedios.

TRABAJADORES AUTÓNOMOS

En el total de 1.665.179 afiliados a la Seguridad Social encontramos que 456.116 son autónomos, un 27,39 % del total. En cada actividad los autónomos tienen distinto peso y en algunas de ellas representan más de la mitad de los afiliados.

TABLA 9. AUTÓNOMOS EN EL COMERCIO MINORISTA						
CNAE	Grupo de Actividad Económica	Autónomos	% sobre total	% var. 2016/15	% var. 2016/12	% sobre Afiliados
47.1	Comercio al por menor en establecimientos no especializados	95.453	20,93	-1,51	-2,35	15,52
47.2	Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	113.368	24,86	-2,18	0,19	41,67
47.4	Comercio al por menor de equipos para tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados	11.398	2,50	-2,12	0,17	25,88
47.5	Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	61.652	13,52	-0,88	0,77	31,23
47.6	Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	26.289	5,76	-2,68	-2,55	30,61
47.7	Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	133.069	29,17	-2,50	-4,52	31,51
47.9	Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	14.887	3,26	6,17	67,67	52,09
Total		456.116	100,00	-1,74	-0,56	27,39

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del MEYSS. Trabajadores afiliados a la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016

Encontramos más de la mitad de autónomos en cada una de las siguientes actividades: 4762 Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializado, 4799 Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos, 4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializado y 4776 Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos en establecimientos especializados.

La cifra total de autónomos en el año 2016 fue inferior a la del 2015 y a la de hace cinco años. A pesar de ello, algunas actividades han tenido incrementos. En valores relativos destaca el aumento del 13,02 % de los autónomos de la actividad 4791 Comercio al por menor por correspondencia o Internet. No obstante, en valores absolutos, la actividad con más autónomos en el año 2016 es la 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados, que cuenta con 63.815 autónomos.

TABLA 10. AUTÓNOMOS POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL COMERCIO MINORISTA						
CNAE	Actividad Económica	Autónomos	% sobre Afiliados	% var. 2016/15	% var. 2016/12	
47.1	4711 Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco	56.859	13,56	-0,79	-1,37	
	4719 Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados	38.594	19,75	-2,57	-3,75	
47.2	4721 Comercio al por menor de frutas y hortalizas en establecimientos especializados	20.127	40,24	-3,60	-7,45	
	4722 Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados	33.932	49,27	-3,80	-11,91	
	4723 Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados	10.178	49,92	-2,71	-4,06	
	4724 Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados	23.983	33,79	-2,34	3,58	
	4725 Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados	2.473	34,00	5,28	31,12	
	4729 Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados	22.675	41,60	1,35	31,53	
47.4	4741 Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados	4.874	35,59	-1,77	13,32	
	4742 Comercio al por menor de equipos periféricos de telecomunicaciones en establecimientos especializados	5.572	19,67	-2,72	-11,02	
	4743 Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados	952	47,08	-0,31	16,67	

TABLA 10. AUTÓNOMOS POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL COMERCIO MINORISTA

CNAE	Actividad Económica	Autónomos	% sobre Afiliados	% var. 2016/15	% var. 2016/12
47.5	4751 Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados	15.097	42,14	-0,20	8,93
	4752 Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados	18.039	26,92	-1,24	-2,56
	4753 Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos en establecimientos especializados	7.273	23,79	-7,24	-28,29
	4754 Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos en establecimientos especializados	5.860	27,09	1,58	22,90
	4759 Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	15.383	36,30	1,22	10,68
47.6	4761 Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados	8.129	40,58	-5,04	-15,66
	4762 Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados	10.093	69,13	-1,82	2,64
	4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	197	55,49	-1,50	18,67
	4764 Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados	5.501	13,11	-1,56	2,33
	4765 Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados	2.369	26,51	-0,71	20,62
47.7	4771 Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados	63.815	29,46	-4,03	-12,47
	4772 Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero en establecimientos especializados	10.342	27,44	-2,60	-0,50
	4774 Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados	5.002	28,73	0,04	5,24
	4775 Comercio al por menor de productos cosméticos e higiénicos en establecimientos especializados	6.807	21,92	1,07	27,50
	4776 Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos en establecimientos especializados	15.687	51,60	0,70	9,85
	4777 Comercio al por menor de artículos de relojería joyería en establecimientos especializados	9.187	39,27	-1,97	-8,76
	4778 Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	17.726	31,75	-1,51	3,28
	4779 Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimientos especializados	4.503	45,14	-3,88	0,87
47.9	4791 Comercio al por menor por correspondencia o Internet	3.515	36,11	13,02	137,82
	4799 Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	11.372	60,35	4,22	53,65
Total Comercio Minorista		456.116	27,39	-1,74	-0,56

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del MEYSS. Trabajadores afiliados a la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016

PERFIL DE LOS AFILIADOS

En cuanto a la distribución por sexo, las mujeres afiliadas suponen el 61,14 %. Podemos destacar algunas actividades donde las afiliadas son todavía más numerosas, es el caso del 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir, el 4772 Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero, y el 4751 Comercio al por menor de textiles, donde la proporción de mujeres supera el 77 %.

A su vez, mientras que en el total nacional se encuentra una mayoría de hombres, en el sector que nos ocupa solamente alcanzan un 38,86 %. No obstante, hay algunas actividades económicas con más afiliados hombres, concretamente más de un 68 %, como son 4741 Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos, 4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo, y 4743 Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo.

En relación con la edad de los afiliados, los menores de 25 años representan el 8,18 % del total del sector. Su crecimiento en cinco años ha sido del 1,29 %. Los trabajadores de 25 a 34 años suponen el 26,19 %, pero en el último quinquenio han disminuido cada año los afiliados hasta acumular un descenso del 6,50 %. De estos datos se puede concluir que el Comercio Minorista es un sector menos joven que lo era hace cinco años, si bien, sigue siendo más joven que el conjunto del mercado de trabajo de España, pues el total de afiliados de 16 a 34 años en el Comercio Minorista es del 34,37 %, mientras que en el total nacional es del 25,94 %.

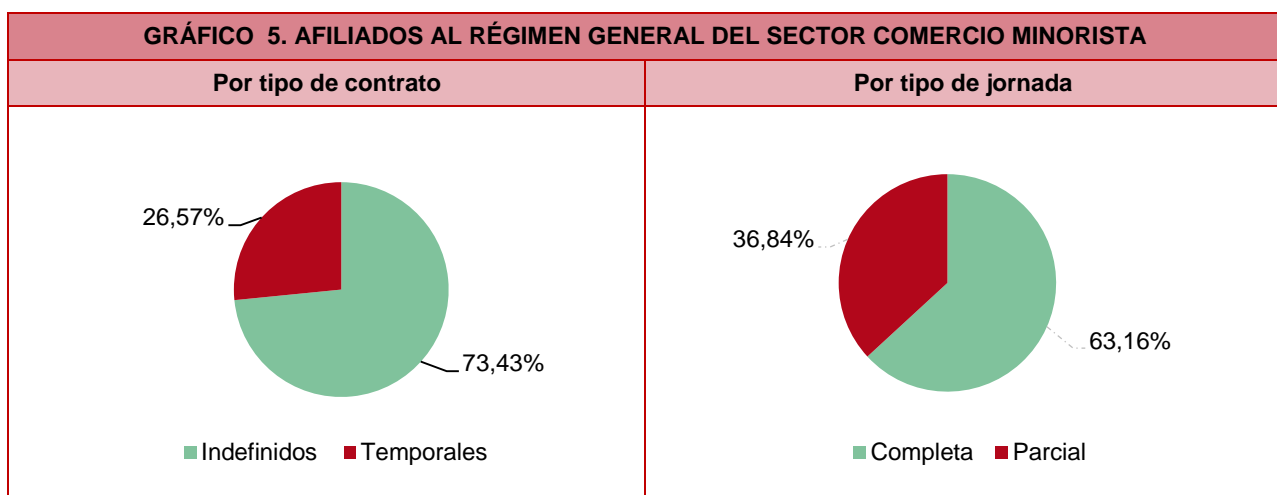
Continuando con el resto de edades, vemos que el tramo de 35 a 44 años es el más numeroso, pues cuenta con el 37,39 % de los afiliados. En los últimos cinco años este intervalo se ha incrementado un 6,49 %. Por su parte, los de 45 a 54 años alcanzan el 22,51 % del total, con un aumento desde el año 2012 hasta el 2016 del 17,66 %. Por último, los afiliados mayores de 55 años suman un 11,72 % del total. Respecto a su evolución, en el año 2016 hay un 14,62 % más que hace cinco años. Esta circunstancia podría constituir un indicador de estabilidad en el empleo.

TABLA 11. PERFIL DE LOS AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL DEL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA Y COMPARATIVA CON EL MERCADO DE TRABAJO ESPAÑOL			
Perfil		Comercio Minorista	Total AAEE
Total afiliados		1.665.179	17.741.897
Sexo	Hombres	647.048	9.495.776
	Mujeres	1.018.128	8.246.085
	No consta	3	36
Tramos de edad	16-24 años	136.170	927.669
	25-34 años	436.189	3.675.259
	35-44 años	522.697	5.462.588
	45-54 años	374.888	4.784.848
	>=55	195.235	2.891.398
	No consta	0	101
Nacionalidad	Españoles		1.518.850
	Extranjeros	Unión Europea	37.257
		Resto de países	109.072
		Total Extranjeros	146.329
Tipo de contrato	Indefinidos Régimen General		878.625
	Temporales Régimen General		317.895

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre 2016.

La afiliación de trabajadores extranjeros supone el 9,79 % del total de afiliados del Comercio Minorista. El 74,54 % de los mismos no pertenecen a la Unión Europea. En la totalidad del mercado de trabajo en España, la afiliación a la Seguridad Social de extranjeros es similar, pues alcanza un 9,56 % y los que no pertenecen a la UE suman un 58,30 %.

Por lo que respecta a la estabilidad del empleo, vamos a considerar los datos de los afiliados al Régimen General (no se han tenido en cuenta los trabajadores fijos discontinuos ni aquellos otros en los que no haya podido constar el tipo de contrato). Prácticamente las tres cuartas partes tenían un contrato indefinido, como se aprecia en el gráfico siguiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre 2016.

Algunas actividades del sector tienen un porcentaje de indefinidos superior al 80 %, como es por ejemplo la 4774 Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados y la 4752 Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados. Teniendo en cuenta el tipo de jornada, seis de cada diez afiliados realizaría jornada completa. En algunos casos la jornada completa afecta a ocho de cada diez afiliados como por ejemplo ocurre en 4741 Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos, así como en 4742 Comercio al por menor de equipos periféricos de telecomunicaciones.

Respecto a la distribución por grupos de cotización de los afiliados que trabajan por cuenta ajena, se aprecia que los dos de mayor peso en el sector comercio minorista son el grupo 5 correspondiente a Oficiales administrativos y el grupo 7 de Auxiliares administrativos, alcanzando entre estos dos grupos mencionados el 55,61 % del total. En cuanto a la evolución experimentada respecto al año anterior y dejando al margen el personal no cualificado, destaca la variación positiva de todos los grupos y en especial el incremento de cotizantes del grupo 7 de Auxiliares administrativos y del grupo 8 de Oficiales de 1ª y de 2ª, ambos por encima del 7 %.

TABLA 12. AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL DEL COMERCIO MINORISTA POR GRUPOS DE COTIZACIÓN			
Grupos de Cotización	Afiliados (por cuenta ajena)	% sobre el total	% variación 2016/2015
Ingenieros y licenciados	20.812	1,72	5,63
Ingenieros Técnicos, Peritos y Ayudantes titulados	16.433	1,36	3,68
Jefes administrativos y de taller	44.788	3,70	3,60
Ayudantes no titulados	77.306	6,39	3,12
Oficiales administrativos	414.092	34,25	0,45
Subalternos	25.895	2,14	4,70
Auxiliares administrativos	258.205	21,36	9,52
Oficiales de 1ª y de 2ª	111.564	9,23	7,13
Oficiales de 3ª y especialistas	117.005	9,68	6,51
Mayores de 18 años no cualificados	122.374	10,12	-7,56
Menores de 18 años	586	0,05	-13,19
Total	1.209.060	100,00	3,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre 2016.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA AFILIACIÓN EN EL COMERCIO MINORISTA

Se ofrece por provincias el número de centros de cotización inscritos en la Seguridad Social, los afiliados y el porcentaje de autónomos.

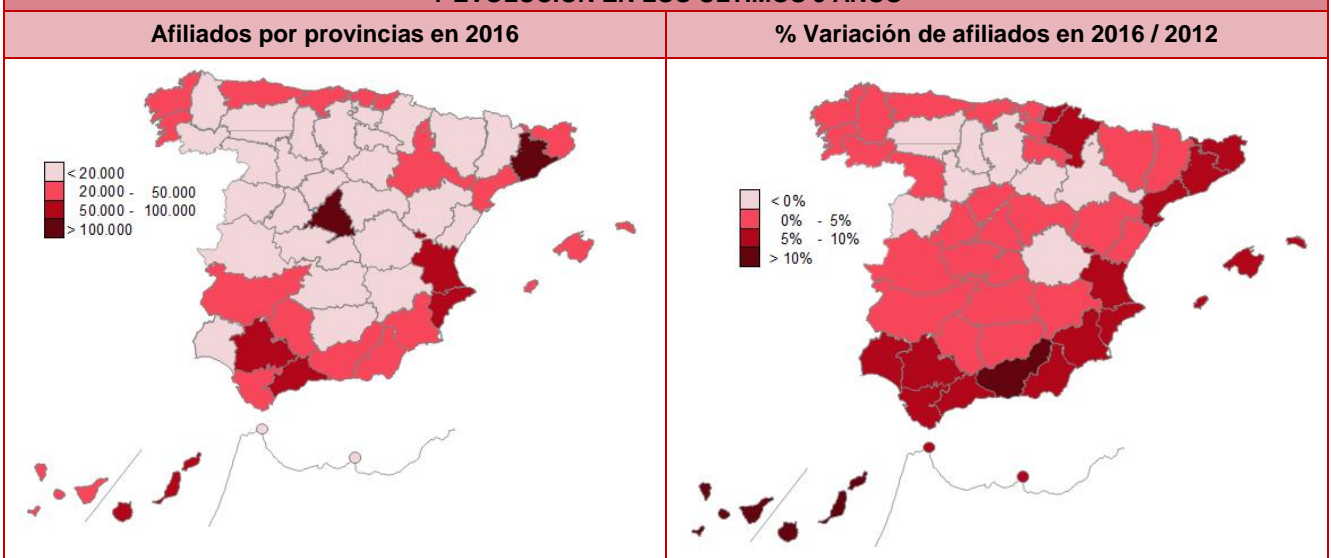
TABLA 13. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE EMPRESAS (CENTROS DE COTIZACIÓN), AFILIADOS Y PORCENTAJE DE AUTÓNOMOS							
Provincia	Centros	Afiliados	% Autó- nomos	Provincia	Centros	Afiliados	% Autó- nomos
Albacete	1.486	11.426	37,69	Jaén	2.656	18.278	40,38
Alicante/Alacant	8.183	67.222	27,64	León	1.673	14.914	31,66
Almería	3.048	20.882	35,71	Lleida	1.866	13.875	28,58
Araba/Álava	1.365	9.942	25,18	Lugo	1.666	10.611	33,00
Asturias	4.071	38.087	26,47	Madrid	21.278	254.270	18,72
Ávila	732	4.616	44,84	Málaga	7.703	63.632	28,52
Badajoz	2.735	20.598	37,25	Melilla	439	3.085	50,92
Balears, Illes	4.677	41.443	24,97	Murcia	5.883	47.485	30,66
Barcelona	24.467	228.446	22,08	Navarra	2.399	19.857	30,95
Bizkaia	4.235	44.823	41,66	Ourense	1.508	9.739	35,14

TABLA 13. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE EMPRESAS (CENTROS DE COTIZACIÓN), AFILIADOS Y PORCENTAJE DE AUTÓNOMOS

Provincia	Centros	Afiliados	% Autónomos	Provincia	Centros	Afiliados	% Autónomos
Burgos	1.528	11.054	32,03	Palencia	661	4.852	36,58
Cáceres	1.590	10.664	44,71	Palmas, Las	5.089	51.752	18,20
Cádiz	5.733	41.762	30,27	Pontevedra	4.340	32.303	31,67
Cantabria	2.408	20.344	28,31	Rioja, La	1.346	9.813	34,50
Castellón/Castelló	2.484	18.633	31,35	Salamanca	1.424	10.858	32,80
Ceuta	423	2.948	40,37	Santa Cruz Tenerife	5.421	44.826	20,70
Ciudad Real	1.985	13.670	40,46	Segovia	686	4.202	42,50
Córdoba	3.312	23.986	37,14	Sevilla	8.330	65.343	31,20
Coruña, A	4.704	42.479	26,80	Soria	371	2.473	36,55
Cuenca	789	5.036	43,90	Tarragona	3.393	26.756	28,34
Gipuzkoa	3.320	23.644	31,45	Teruel	537	3.497	40,15
Girona	3.770	29.426	26,80	Toledo	2.237	17.802	39,49
Granada	3.946	28.957	35,37	Valencia/València	8.621	89.261	26,57
Guadalajara	654	5.800	31,52	Valladolid	2.065	18.494	28,38
Huelva	2.012	15.640	34,90	Zamora	767	5.225	41,34
Huesca	1.067	6.586	32,84	Zaragoza	3.444	33.862	24,56

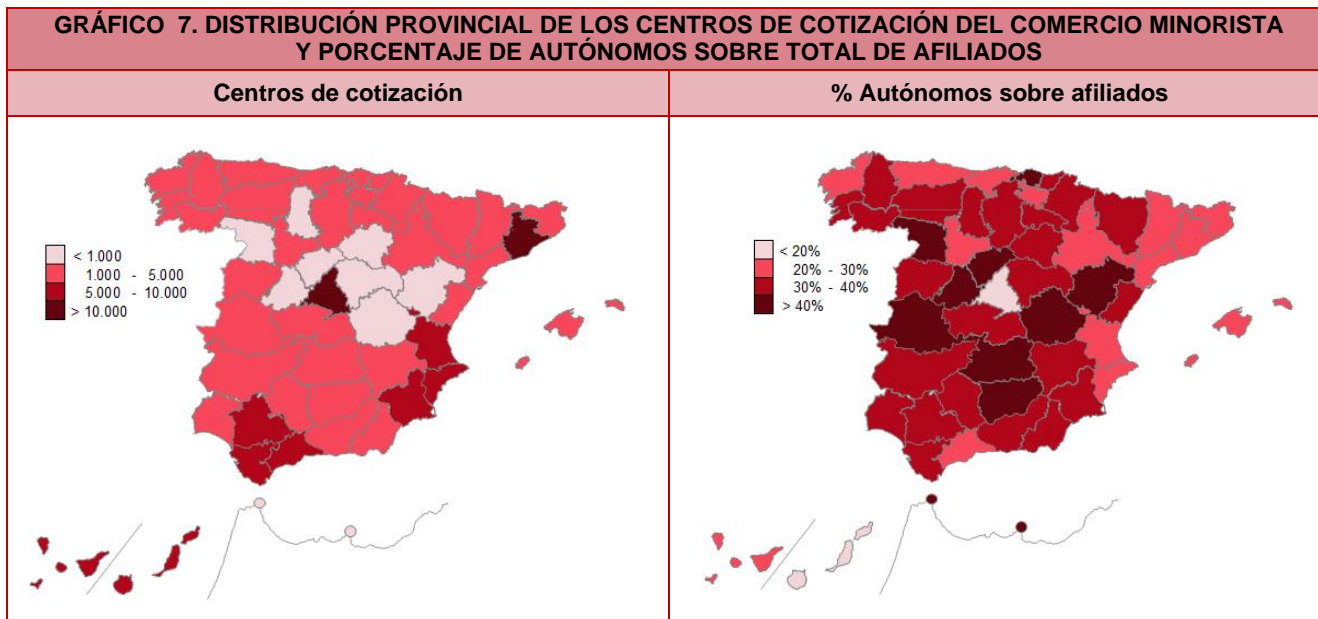
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de Diciembre 2016

Un tercio de los afiliados que tiene el sector se concentra en tres provincias: Madrid con el 15,27 % de los afiliados, Barcelona con el 13,72 % y Valencia con el 5,36 %. Si añadimos los afiliados de Alicante, Sevilla, Málaga, Las Palmas y Murcia, ya se alcanza la mitad de los afiliados del país, repartiéndose la otra mitad entre 44 provincias. En mapas se ha representado la distribución provincial de los afiliados del sector junto a la variación que han experimentado respecto a cinco años atrás.

GRÁFICO 6. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE LOS AFILIADOS DEL COMERCIO MINORISTA Y EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016 y 2012.

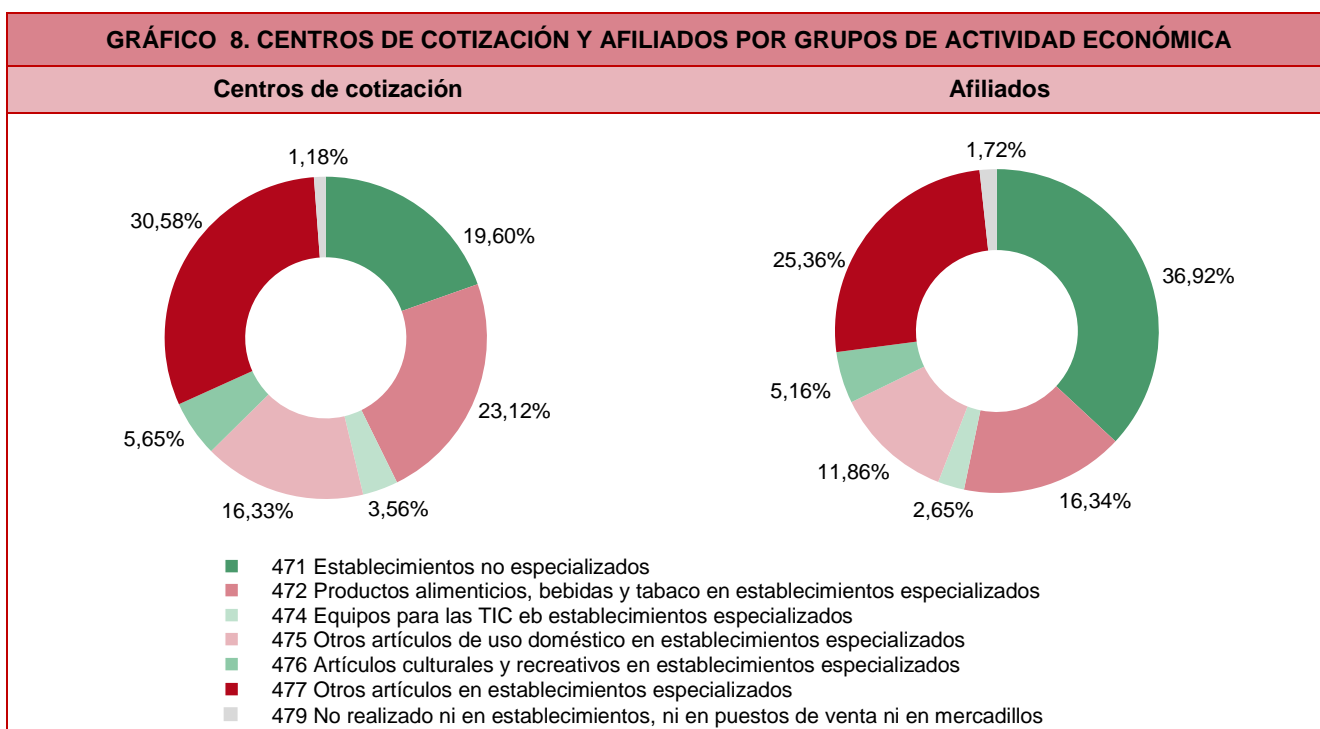
Seguidamente se representa en un mapa la ubicación de las empresas donde se encuentran los trabajadores por cuenta ajena y se compara con la proporción de autónomos sobre los afiliados de cada provincia, de modo que se aprecia que en provincias con gran número de centros, la proporción de autónomos sobre el total de afiliados es menor, como ocurre por ejemplo con Madrid, Barcelona, Valencia o Alicante.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016 y 2012.

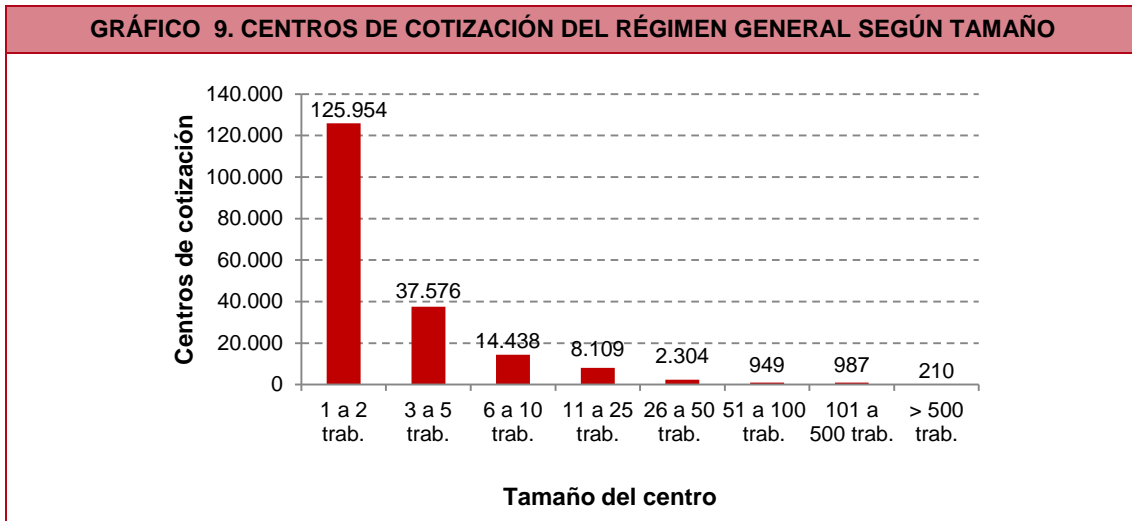
CENTROS DE COTIZACIÓN

La distribución de los centros de cotización por grupos de actividad económica es la siguiente:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre de 2016.

En el gráfico siguiente se muestra la clasificación de las empresas según su número de trabajadores. El porcentaje de empresas de 1 a 5 trabajadores en este sector es del 85,83 %, volumen superior al conjunto de empresas de este tamaño en el total del mercado de trabajo del país que es del 78,59 %. Por el contrario, las empresas de tamaño entre 6 y 25 trabajadores suponen el 11,83 %, inferior al 16,67 % que hay en total en España. Con más de 25 trabajadores encontramos solamente un 2,34 % de centros, proporción que es la mitad de la que se alcanza en el total nacional.

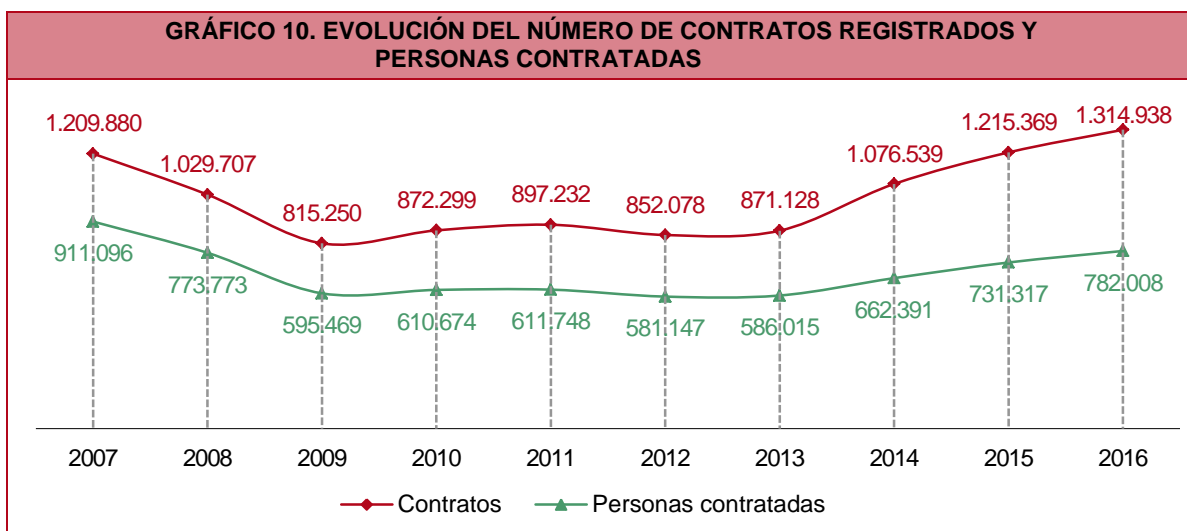


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social. 31 de diciembre 2016.

4.1.3. CONTRATACIÓN

En el año 2016, los contratos contabilizados en el sector del comercio minorista alcanzan la cifra de 1.314.938, un 8,19% más que el año anterior, esta cifra equivale al 6,58 % de todos los contratos celebrados en España ese año.

En el gráfico siguiente se muestra la evolución de la contratación en este sector económico a lo largo de los últimos diez años y como puede apreciarse a partir de 2015 se vuelven alcanzar los valores anteriores a la crisis económica e incluso se aprecia un incremento del 7,99 % si comparamos 2007 con 2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

Por lo que se refiere al número de personas contratadas en 2016, Se han contratado 50.691 trabajadores más que en 2015 lo que representa un incremento del 6,93 % de las personas contratadas. Como puede apreciarse en el gráfico, aunque la curva empieza a recuperar su tendencia alcista desde su valor más bajo en 2012, todavía no se alcanzan los valores del año 2007, pues para ello se debería contratar un 14,17 % más de personal (129.088 personas). Se ha de tener en cuenta, por una parte, el incremento de la rotación, ya que en 2007 a cada persona le correspondieron 1,33 contratos, mientras que en 2016 este valor se ha elevado a 1,68, y por otra, el hecho de que no se celebren tantos contratos indefinidos como entonces, cuando uno de cada cuatro contratos en este sector tenía carácter permanente.

A pesar de ello en 2016, la celebración de contratos indefinidos ha aumentado un 12,51 % respecto a 2015. Llama la atención que en este sector económico los contratos indefinidos representan un 15,37 % de la contratación mientras que en el conjunto de la contratación de todas las actividades económicas el porcentaje se sitúa en el 8,58 %. Por lo tanto se trata de un sector donde la estabilidad de la contratación es superior a la mayoría de las actividades económicas.

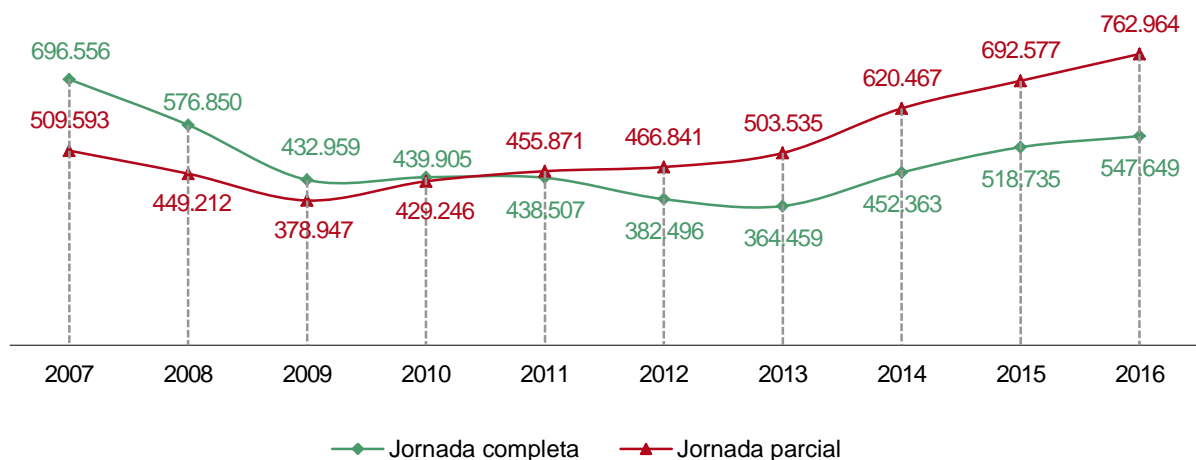
En la tabla siguiente se ofrece un resumen de los datos más relevantes de la contratación en sus cifras totales, comparando con la situación del año anterior y calculando su peso respecto al total de la contratación en cada categoría presentada.

TABLA 14. CONTRATOS DEL SECTOR COMERCIO MINORISTA Y COMPARATIVA CON EL MERCADO DE TRABAJO ESPAÑOL					
Variables		Comercio minorista			TOTAL AAEE
		Contratos	% var. 2016/15	% sobre total AAEE	Contratos
SEXO	Hombres	466.676	6,29	4,16	11.215.303
	Mujeres	848.262	12,23	9,68	8.763.651
EDAD	16-24 años	374.987	11,71	10,47	3.580.110
	25-34 años	499.752	4,36	8,02	6.234.011
	35-44 años	282.891	7,04	5,15	5.490.801
	45-54 años	124.678	13,76	3,51	3.552.007
	>=55 años	32.630	21,04	2,91	1.122.025
TIPO	Indefinidos	82.138	12,51	4,79	1.713.262
	Temporales	466.676	7,44	2,55	18.265.692
JORNADA	Completa	547.649	5,57	4,28	12.791.521
	Parcial	762.964	10,16	10,87	7.018.786
	Fijo discontinua	4.325	6,61	2,56	168.647
EXTRANJEROS	UE+EEE	39.954	13,78	4,12	1.180.059
	Resto de países	94.999	7,45	3,39	2.093.959
	Total	134.953	9,25	4,54	3.274.018
TOTAL		1.314.938	8,19	6,58	19.978.954

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). 31/12/2016.

En consonancia con los afiliados, la mayor parte de los contratos fueron suscritos por mujeres, un 64,51% del total, mientras que solamente el 35,49% correspondieron a hombres. Si combinamos las variables jornada y estabilidad vemos que, en el caso de la contratación indefinida el 52,63 % de los contratos a jornada completa y el 67,10 % de los contratos a tiempo parcial correspondieron a mujeres. En el caso del total de contratos temporales, también las mujeres son más contratadas en ambas modalidades de jornada siendo el porcentaje del 57,84 % el correspondiente a la completa y el 70,40 % a la parcial. En cuanto a la evolución que han experimentado estas variables respecto al año anterior se ha constatado un incremento del 16,34 % de los contratos indefinidos a tiempo completo y de un 8,46 % de los a tiempo parcial. También han crecido pero más moderadamente, un 3,22 %, el número de contratos temporales a tiempo completo y un 10,39 % los a tiempo parcial.

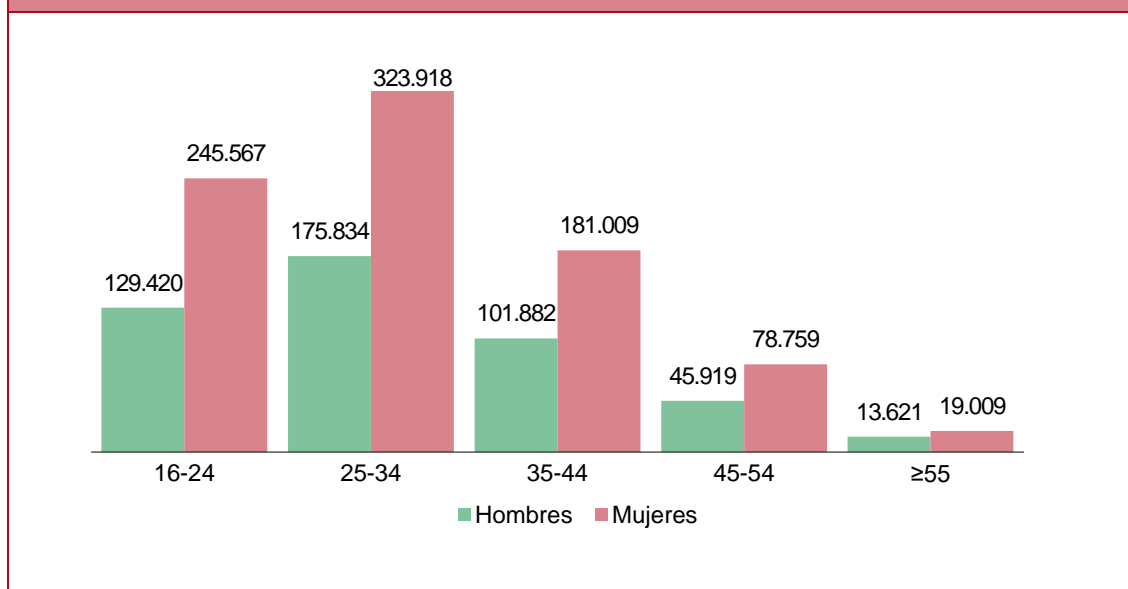
El gráfico siguiente muestra una inversión en la tendencia de la jornada utilizada en la contratación de los trabajadores del comercio minorista pues con anterioridad al inicio de la crisis económica la jornada a tiempo completo prevalecía sobre la de tiempo parcial. Como puede apreciarse en el gráfico, en el año 2007, los contratos a jornada completa eran el 57,65 %. Paulatinamente esa proporción va descendiendo hasta que en 2011 los contratos acordados a tiempo parcial son los más numerosos. En 2016 seis de cada diez contratos celebrados no alcanzaban la jornada completa.

GRÁFICO 11. EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS REGISTRADOS SEGÚN JORNADA LABORAL EN EL COMERCIO MINORISTA

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

Si comparamos la distribución de la contratación por edades en el comercio minorista con la del total de las actividades económicas, el comportamiento es similar en las franjas intermedias de edad ya que en ambos casos casi el 60,00 % de los contratados tenían estas edades.

Las diferencias surgen en las franjas extremas ya que en el comercio uno de cada tres contratados tenía menos de 25 años mientras que en la contratación general apenas alcanzan el 17,92 %. En cambio uno de cada cuatro contratados en España tenía más de 45 años pero si descendemos al sector del comercio minorista el valor es del 11,96 % de los contratos comunicados. A continuación se muestra un gráfico donde se relaciona el sexo y los diferentes tramos de edad.

GRÁFICO 12. CONTRATACIÓN SEGÚN SEXO Y EDAD EN EL COMERCIO MINORISTA

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

En este sector, el nivel formativo predominante en la contratación, tanto de hombres como de mujeres, es el de Educación Secundaria Obligatoria con titulación pues es el que figuraba en el 31,36% de los contratos comunicados. Casi la mitad de los trabajadores del comercio minorista, contratados en 2016, superaban este nivel formativo. Solo 10 de cada 100 contratos correspondían a un titulado universitario, de ellos siete eran mujeres y tres hombres.

TABLA 15. CONTRATACIÓN SEGÚN NIVEL FORMATIVO Y SEXO EN EL COMERCIO MINORISTA

Nivel formativo	Total contratos	% sobre total	% var. 2016/15	Hombres	Mujeres
Sin estudios/No acreditados	64.701	4,92	8,27	29.118	35.583
Estudios primarios	55.555	4,22	25,98	24.295	31.260
ESO sin titulación	185.114	14,08	8,10	84.445	100.669
ESO con titulación	412.391	31,36	7,28	155.868	256.523
Bachillerato y equivalente	207.819	15,80	10,25	65.346	142.473
Grado medio FP	133.982	10,19	7,71	41.398	92.584
Grado superior FP	122.923	9,35	5,73	34.054	88.869
Universitarios ciclo medio	43.169	3,28	-6,20	9.886	33.283
Universitarios segundo ciclo	53.319	4,05	-4,54	13.654	39.665
E.E.E. Superior	31.613	2,40	48,17	7.065	24.548
Otras titulaciones	1.825	0,14	12,65	549	1.276
Indeterminado	2.527	0,19	34,99	998	1.529
Total	1.314.938	100,00	8,19	466.676	848.262

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

En cuanto a la modalidad de contratación más utilizada en el comercio minorista es la de Eventuales por circunstancias de la producción, pues seis de cada diez contratos utilizaron este formato, siendo escogida la jornada parcial en el 65,40 % de los casos.

TABLA 16. CONTRATACIÓN POR TIPO DE CONTRATO, JORNADA LABORAL Y SEXO

Modalidad contractual	Total contratos	% total	% var. 2016/15	Tipo de jornada ¹		Sexo	
				Completa	Tiempo parcial	Hombre	Mujer
Indefinido ordinario (Bonif./No bonif.)	123.048	9,36	8,12	68.536	50.915	51.864	71.184
Indefinido personas discapacidad	1.183	0,09	24,66	661	498	616	567
Conversión ordinaria	77.868	5,92	20,03	39.290	37.874	29.658	48.210
Subtotal Indefinido	202.099	15,37	12,51	108.487	89.287	82.138	119.961
Obra o servicio	190.488	14,49	9,67	80.938	109.550	79.774	110.714
Eventual circunstancias de la producción	764.955	58,17	11,48	264.706	500.249	261.087	503.868
Interinidad	136.152	10,35	5,97	78.475	57.677	35.204	100.948
Temporal personas discapacidad	2.024	0,15	13,58	739	1.285	954	1.070
Sustitución jubilación anticipada	80	0,01	11,11	80	0	34	46
Jubilación parcial	1.789	0,14	15,42	0	1.789	971	818
Relevo	909	0,07	5,33	662	247	449	460
Prácticas	6.003	0,46	23,90	3.467	2.536	2.030	3.973
Formación	8.250	0,63	-77,18	8.250	0	2.592	5.658
Otros	2.189	0,17	4,44	1.845	344	1.443	746
Subtotal Temporal	1.112.839	84,63	7,44	439.162	673.677	384.538	728.301
Total	1.314.938	100,00	8,19	547.649	762.964	466.676	848.262

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

Nota: ¹ No se incluyen 4.325 contratos realizados a hijos discontinuos en los que no consta el tipo de jornada laboral.

En esta actividad económica de comercio minorista el contrato indefinido, ya sea desde su inicio o por conversión, es la figura contractual utilizada en segundo lugar, lo que no es muy habitual en el resto de actividades económicas. En 2016, se contabilizaron 200.916 contratos indefinidos, es decir, el 15,28 % del total, sin contar los 1.183 contratos celebrados con personas con discapacidad. Le siguen Obra y servicio y más alejado el contrato de Interinidad. El resto de modalidades de contratación son escasamente utilizadas pues entre todas solo alcanzan el 1,71 % del total de los contratos efectuados en 2016. En la relación sexo y modalidad de contratación utilizada la mayoría de los contratos indefinidos recayeron en el género femenino, 59,36 % y también de los contratos temporales, 65,45 %.

El contrato para la formación y el aprendizaje tiene por objeto la cualificación profesional de los trabajadores, en un régimen de alternancia de actividad laboral retribuida en una empresa, con actividad formativa recibida en el marco del sistema de formación profesional para el empleo o del sistema educativo. Dicha actividad formativa, autorizada previamente por la administración competente, estará dirigida a la obtención de un Título de Formación Profesional o de un Certificado de Profesionalidad de nivel 1, 2 y 3 de cualificación. Es una modalidad incentivada para la empresa con reducción e incluso bonificación de cuotas empresariales según los casos. A pesar de todas estas medidas, esta modalidad contractual en 2016, como puede apreciarse en la tabla, solo ha sido utilizada para formalizar el 1,09 % de los contratos.

La proporción de contratos realizados a extranjeros es inferior en el sector del comercio minorista que en el conjunto de las actividades económicas pues en el primer caso representan el 10,26 % de los contratos comunicados y en el segundo esta cifra asciende al 16,39 %. La mayoría de estos contratos corresponden a extranjeros procedentes de países no pertenecientes a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo, pues siete de cada diez extranjeros procedían de otros países. Atendiendo a su nacionalidad, los trabajadores chinos han sido los más contratados alcanzando un 12,26 % del total, Marruecos y Rumanía son los siguientes países y entre los tres suman un tercio de los contratos. Los extranjeros más contratados de la Unión Europea han sido los italianos que además incrementaron un 24,21 % sus contratos respecto al año anterior.

TABLA 17. CONTRATOS DE TRABAJO DEL SECTOR COMERCIO MINORISTA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS				
Comunidades Autónomas	Hombres	Mujeres	Total	% sobre el total
Andalucía	86.860	148.470	235.330	17,90
Aragón	11.333	22.634	33.967	2,58
Principado de Asturias	6.912	19.051	25.963	1,97
Illes Balears	13.783	29.107	42.890	3,26
Canarias	26.020	53.215	79.235	6,03
Cantabria	5.670	12.819	18.489	1,41
Castilla-La Mancha	12.565	20.744	33.309	2,53
Castilla y León	15.186	37.242	52.428	3,99
Cataluña	88.180	148.576	236.756	18,01
Comunitat Valenciana	45.410	80.750	126.160	9,59
Extremadura	7.888	14.379	22.267	1,69
Galicia	20.270	55.825	76.095	5,79
Comunidad de Madrid	82.638	102.769	185.407	14,10
Región de Murcia	13.855	25.753	39.608	3,01
Comunidad Foral Navarra	5.070	13.332	18.402	1,40
País vasco	21.708	55.588	77.296	5,88
La Rioja	1.832	5.822	7.654	0,58
Ceuta	653	1.171	1.824	0,14
Melilla	806	971	1.777	0,14
Zona extranjera	37	44	81	0,01
Total	466.676	848.262	1.314.938	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Año 2016.

En la tabla anterior, se compara la contratación por comunidades autónomas, destacando por su mayor representatividad, Cataluña, Andalucía y Madrid con un promedio de 219.000 contratos cada una de ellas, aglutinando entre las tres el 50,00 % del total de contratos. En cuanto a la distribución por sexo, es en la Rioja donde más mujeres se contratan pues el porcentaje sobre el total de la contratación de esta comunidad autónoma se cifra en el 76,06 %. Otras comunidades del norte de España se sitúan a continuación como Principado de Asturias, Galicia, Comunidad Foral de Navarra y País Vasco. En todas ellas la contratación femenina supera el 70 % de la comunicación registrada.

Con más de 50.000 contratos comunicados en 2016 encontramos seis provincias: Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla y Alicante. En las 52 provincias españolas la contratación femenina se ha incrementado en todas respecto al año pasado mientras que la masculina ha descendido en varias, siendo llamativo el caso de Soria donde se contrataron un 20,52 % hombres menos.

A nivel municipal, la contratación efectuada en 2016 por empresarios del sector objeto de estudio, se puede representar en forma de pirámide. En la cúspide se encuentra el municipio de Madrid, con 104.863 contratos comunicados y alcanzando el 7,97 % del total, le sigue Barcelona con 76.094 contratos equivalentes al 5,79 % de la contratación total. Estos grandes municipios junto con 208 más aglutinan el 74,09 % y el 25,91 % restante se reparte entre 4.772 municipios. Por último, se contabilizaron más de 3.000 municipios que no registraron ningún contrato en el año estudiado.

GRÁFICO 13. CONTRATACIÓN EN EL SECTOR DEL COMERCIO MINORISTA SEGÚN TAMAÑO DE LOS MUNICIPIOS

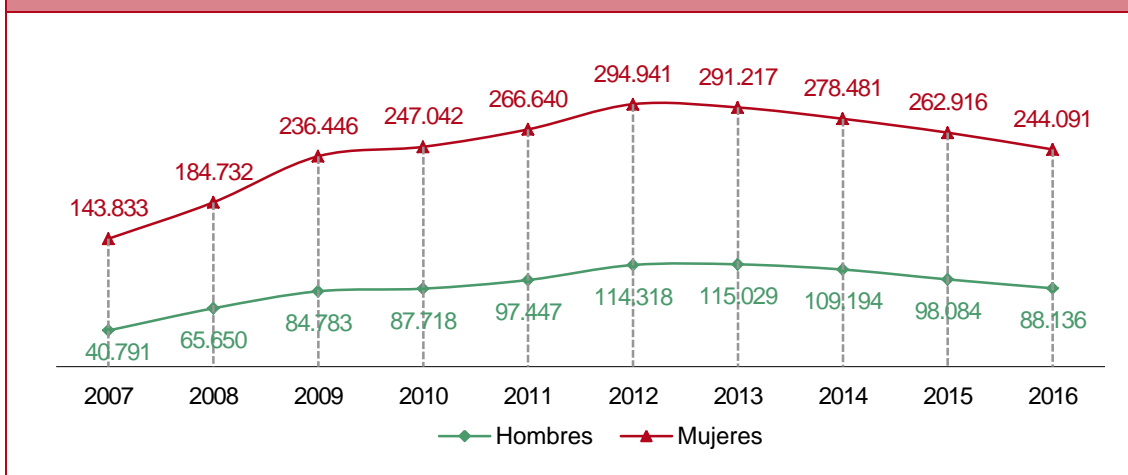


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Año 2016

4.1.4. PARO REGISTRADO

En diciembre de 2016, los demandantes de empleo del sector estudiado, inscritos en los servicios públicos de empleo, alcanzaron la cifra de 332.227 personas, reduciéndose un 7,97 % respecto a la cifra del año anterior. Los parados del sector comercio minorista representan un 5,37 % del total de parados de España. Relacionar esta cifra con las variables contratación (6,58 % sobre el total de la contratación anual) y cotización a la Seguridad Social (9,39 % sobre total de los afiliados) permite un análisis positivo sobre la situación del sector.

En el gráfico siguiente se muestra la evolución del paro registrado en este sector económico a lo largo de los últimos diez años.

GRÁFICO 14. EVOLUCIÓN DEL PARO REGISTRADO SEGÚN SEXO DEL COMERCIO MINORISTA

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). 31 de diciembre de cada año.

Como puede apreciarse a partir de 2012, momento álgido en el análisis de esta variable, comienzan a descender los valores del paro femenino y al año siguiente también los masculinos. En los últimos cinco años han salido de las listas de desempleados del sector 50.850 mujeres y desde 2013, 26.893 hombres. A pesar de que el cambio de tendencia se puede considerar consolidado si nos fijamos en los valores iniciales del gráfico todavía queda mucho camino por recorrer pues tanto en mujeres, con un incremento del 69,70 % como en hombres, con más del doble de parados registrados, las cifras son muy superiores a las de aquellos años.

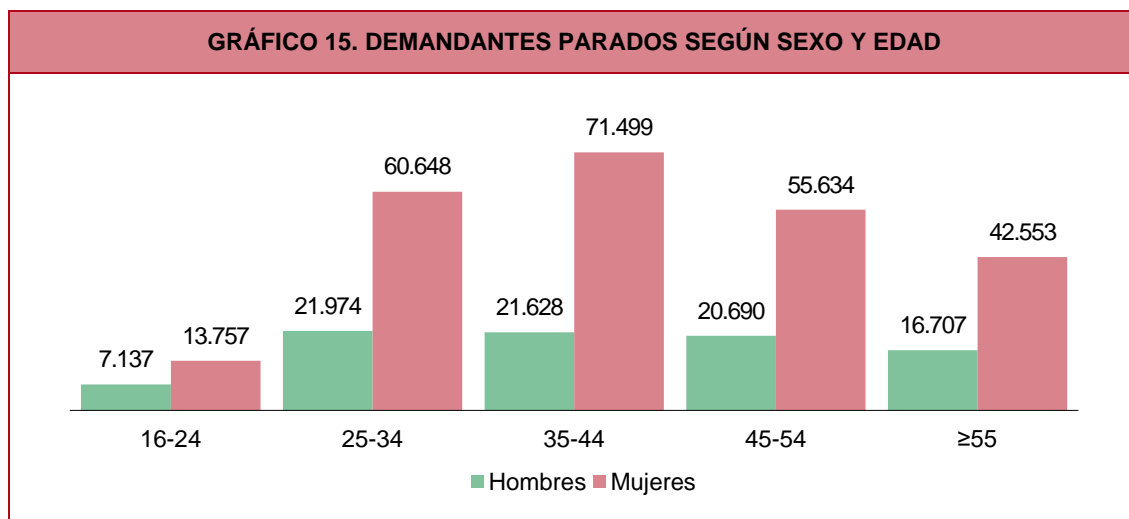
TABLA 18. PARO REGISTRADO DEL SECTOR COMERCIO MINORISTA Y COMPARATIVA CON EL MERCADO DE TRABAJO ESPAÑOL

Variables		Comercio minorista			TOTAL AEEE
		Parados	% variación 2016/15	% sobre total AEEE	Parados
SEXO	Hombres	88.136	-10,14	11,85	1.642.302
	Mujeres	244.091	-7,16	8,97	2.060.672
EDAD	16-24 años	20.894	-11,71	7,09	294.570
	25-34 años	82.622	-12,08	11,78	701.322
	35-44 años	93.127	-10,69	10,20	913.452
	45-54 años	76.324	-5,08	7,71	990.450
	>=55 años	59.260	1,01	7,38	803.180
ANTIGÜEDAD DE LA DEMANDA	<= 1 mes	26.719	-0,31	7,13	374.890
	> 1 a 3 meses	58.782	-1,84	8,37	702.662
	> 3 a 6 meses	46.660	-10,37	9,19	507.520
	> 6 a 12 meses	46.720	-14,08	9,62	485.892
	> 12 a 24 meses	52.198	-12,13	15,98	326.674
	> 24 meses	101.148	-6,75	9,40	1.076.354
EXTRANJEROS	UE+EEE	8.520	-5,51	5,42	157.171
	Resto de países	15.885	-10,27	5,72	277.791
	Total	24.405	-8,66	5,61	434.962
TOTAL		332.227	-7,97	5,37	3.702.974

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). 31 de diciembre de 2016.

En la tabla anterior, se ofrece un resumen de los datos más relevantes del paro registrado en sus cifras totales, comparando con la situación del año anterior y calculando su peso respecto al total de esta variable en cada categoría presentada.

En cuanto a la distribución por sexo, las mujeres paradas suponen el 73,47 % en la actividad minorista y aunque en el total nacional también son mayoría las mujeres paradas, hay mayor igualdad de sexos ya que, en ese ámbito, éstas representan el 55,65 % del paro registrado en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). 31/12/2016.

En relación con la edad de los inscritos demandando un empleo en el comercio minorista, los menores de 25 años representan el 6,29 % del total. Los trabajadores de 25 a 34 años suponen el 24,87 % y, continuando con el resto de edades, vemos que el tramo de 35 a 44 años cuenta con el 28,03 % de los desempleados. Por último cuatro de cada diez parados tenía 45 años o más. Interesa destacar que en todos los tramos de edad el paro ha descendido en comparación con el año anterior a excepción de los mayores de 54 años que se mantienen o incrementan ligeramente. Si comparamos el comportamiento del paro en función de la edad con el observado para el conjunto de las actividades económicas, vemos que seis de cada diez parados del sector minorista tenían menos de 45 años mientras que en el total de actividades la proporción era de cinco de cada diez. Desde el lado contrario hay menos parados mayores en el sector a estudio que en el resto de las actividades económicas.

TABLA 19. DEMANDANTES PARADOS SEGÚN NIVEL FORMATIVO Y SEXO EN EL COMERCIO MINORISTA

Nivel formativo	Total parados	% sobre total	% var. 2016/15	Hombres	Mujeres
Sin estudios/No acreditados	18.382	5,53	-5,78	6.849	11.533
Estudios primarios	12.808	3,86	-6,44	4.211	8.597
ESO sin titulación	65.333	19,67	-8,18	21.653	43.680
ESO con titulación	111.168	33,46	-9,00	27.160	84.008
Bachillerato y equivalente	38.090	11,47	-7,35	10.006	28.084
Grado medio FP	31.410	9,45	-8,50	6.253	25.157
Grado superior FP	27.454	8,26	-7,45	5.957	21.497
Univ. ciclo medio	10.376	3,12	-11,19	1.974	8.402
Univ. segundo ciclo	12.395	3,73	-9,53	2.911	9.484
E.E.E. Superior	4.478	1,35	22,32	1.074	3.404
Otras titulaciones	327	0,10	-1,51	87	240
Indeterminado	6	0,00	-57,14	1	5
Total	332.227	100,00	-7,97	88.136	244.091

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). 31/12/2016.

Si atendemos al nivel formativo de los parados del sector en el mes de diciembre de 2016 se puede destacar que el 53,13 % de los demandantes de empleo poseía el nivel de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), la mayoría de ellos con titulación. Uno de cada cuatro parados de este sector era mujer con el título de ESO. Por otra parte, a diferencia de otras actividades económicas, el porcentaje de demandantes sin estudios o estudios primarios es muy pequeño apenas uno de cada diez parados. Los titulados universitarios representan el 8,30 % de los demandantes parados. En la tabla se observa que el paro ha descendido en todos los niveles formativos excepto, lógicamente, los títulos resultado del proceso impulsado por la Unión Europea por el cual se ha creado un Espacio Europeo de la Enseñanza Superior como medio privilegiado para fomentar la movilidad y la empleabilidad de los ciudadanos europeos y el desarrollo global del continente, reconociendo el papel de las universidades en la potenciación de la dimensión cultural europea. La declaración de Bolonia de 1999 marcó el inicio del proceso de convergencia hacia el EEES que se ha hecho realidad en el año 2010.

En referencia al paro de larga duración, el 46,16 % de los parados, en diciembre de 2016, estaban más de 365 días inscritos como demandantes de empleo. Este valor es superior al que se registra en el paro del conjunto de las actividades económicas, pues en este caso el porcentaje calculado es del 37,89 %.

La presencia de extranjeros en los servicios públicos de empleo se sitúa en el 7,35 % respecto a la totalidad de parados de este sector. Al igual que sucedía en la contratación, la mayoría de los desempleados, 65,09 %, no proceden de la Unión Europea o Espacio Económico Europeo y junto con los parados europeos representan el 5,61 % del paro de los extranjeros registrado en 2016 en todas las actividades económicas.

5. VISION DEL SECTOR A PARTIR DE LA OPINION DE DISTINTOS EXPERTOS

Este capítulo ofrece una visión predictiva cualitativa de expertos y representantes de empresas de comercio minorista, entrevistados acerca de tendencias, innovaciones, estrategias y ocupaciones con buenas perspectivas y las necesidades formativas. Y por otra parte, presentan los resultados de la explotación de los cuestionarios respondidos por empresarios del comercio minorista.

5.1. INFORMACIÓN OBTENIDA A TRAVÉS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS DEL SECTOR

En este epígrafe, se recoge la visión y las opiniones de los expertos entrevistados, individualmente o en reuniones con un panel de expertos, acerca de la problemática del sector y las estrategias que se deberían implementar para mejorar; las innovaciones y las perspectivas de creación de actividad y empleo así como la tendencia de las ocupaciones implicadas, las necesidades de formación más relevantes y la estructura formativa existente.

Los expertos consultados pertenecen a diversos tipos de entidades: instituciones públicas, entidades privadas, empresas, asociaciones empresariales y centros formativos; en el último capítulo, se incluye la relación de todos los que han participado en la elaboración del estudio

5.1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SECTOR

El comercio al por menor, que proporciona empleo a más de dos millones de personas, de los que el 60 % son mujeres, junto con la hostelería, ha contribuido, en gran medida, a la creación de puestos de trabajo y a la superación de la reciente crisis económica.

Aunque sigue siendo un sector refugio, ya que ha supuesto una salida laboral tanto para trabajadores desempleados como para trabajadores de otros sectores o actividades en declive, hay que tener en cuenta que es un sector que requiere cada vez más una mayor preparación de los trabajadores, así como una adaptación más rápida a los nuevos requerimientos del mercado. No asumir estos requisitos aumenta el riesgo de fracaso empresarial de estos nuevos emprendedores.

El porcentaje de trabajadores autónomos es elevado, entorno al 25 % de los profesionales del sector, pero no se puede predecir si va a ir en ascenso dadas las diversas formas comerciales y organizativas que se están implantando.

Surgen muchos autónomos, pero también cesan bastantes, principalmente por no estar suficientemente preparados en emprendimiento o en gestión empresarial. La “mortalidad” empresarial es elevada, aunque el balance final entre apertura y cierre de empresas no es negativo.

En 2016, se cerraron más de 50.000 comercios, aunque se crearon 54.000. Es muy alto el porcentaje de empresas cuya duración media de su actividad está entre nueve y doce meses; muchos comercios cierran incluso antes de los seis meses. Se están incorporando desempleados de la industria al comercio, pero no tienen las habilidades comerciales que demanda una clientela cada vez más preparada y exigente.

La estructura empresarial está muy atomizada y supera el porcentaje de microempresas de otras actividades, por lo que se espera un proceso de reconversión, en el que se reducirá el número de empresas y aumentará el tamaño de las existentes. Los comercios de menos de diez trabajadores tienen unas infraestructuras y unas necesidades diferentes a las de los grandes. Es necesario acometer una transformación, para integrar nuevas estrategias como el comercio electrónico que permitan mejorar la competitividad, aunque internet no sustituirá al vendedor del comercio, pues sigue siendo importante la atención al cliente individualizada.

5.1.2. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

Se está asistiendo a un cambio muy rápido como resultado del desarrollo digital, asociado al comercio electrónico, principalmente, que requiere mucha formación para estar a la altura de la demanda. La dificultad para encontrar personal cualificado está incidiendo en la pérdida de competitividad del pequeño comercio especializado y en el de proximidad.

Los profesionales deberán conocer las nuevas tecnologías aplicadas al comercio como el uso de la nube para acceder a herramientas de gestión y de gerencia; los procesos para integrar el comercio electrónico; la realización de trámites como la firma y la factura electrónicas, los sistemas de cobro TPV...

Aunque el comercio electrónico va a seguir aumentando, el tradicional (*offline*) no va a desaparecer necesariamente, pero es previsible que los negocios que no asuman la venta *online* vayan a tener más dificultades, sobre todo los pequeños comercios. Por ello, es más fácil que sobrevivan los que combinen la venta electrónica y la venta directa en la tienda física (*brick & click*); además, esta solución mejora cuando las técnicas y calidad de atención al cliente son adecuadas.

Se presentan buenas perspectivas para la modalidad de *click & collect*, según la cual el cliente acude a la tienda a recoger el pedido que ha hecho por internet. Y es que en muchos casos se reduce el tiempo entre la compra *online* y la recogida en tienda, con respecto al tiempo de espera en la entrega a domicilio de la mercancía, sobre todo en épocas de alta acumulación de pedidos.

Además, el *click & collect* permite fidelizar al cliente, ofrecerle atención física –lo que redundará en éxito de comercios mixtos-, y puede aumentar la venta directa de otros productos al visitar la tienda. El cliente puede hacer una compra *online* con un dispositivo móvil, y en pocos minutos recoger su pedido en la tienda. Y todo esto es un factor muy competitivo, que favorece la coexistencia de negocios con venta directa y comercio electrónico. Se tiende cada vez más a la omnicanalidad, en la que confluyen el entorno *offline* y el *online*.

Existe una tendencia a la desaparición de la tienda “multimarca” por las dificultades de competir en precios y horarios de atención al público con las grandes superficies y la venta *online*.

El comercio de la alimentación, que está creciendo desde 2015, ocupa a ochocientas mil personas entre mayoristas y minoristas, lo que supone el 26 % del total del comercio, pero siempre ha sido deficitario en trabajadores antes del periodo de crisis, durante y después de ella, por lo que tiene un bajo índice de desempleo. En esta rama del comercio, las asociaciones empresariales juegan un papel fundamental por el servicio que prestan a sus asociados.

Algunas clases de comercio, como los detallistas de productos cárnicos, se han visto menos afectadas por la competencia de las grandes superficies o de las nuevas fórmulas comerciales. La franquicia podría ser una de las opciones comerciales eficaces que se desarrollen. Sin embargo, otros subsectores como el de pescadería han experimentado un descenso del consumo de pescado desde que ha ido creciendo el número de grandes superficies.

La venta de productos ecológicos se prevé que vaya aumentando, a pesar de que tiene más dificultades como son: el aprovisionamiento, una legislación más compleja, la certificación de autenticidad, el precio medio más elevado, etc. Por otro lado, el sector *gourmet* y el fresco de proximidad también tienen buenas perspectivas.

El comercio electrónico en esta rama del comercio creció un 21 % en 2016, sin embargo, no debe considerarse una amenaza sino una oportunidad; en el subsector de la alimentación su presencia aún no es grande, pero está creciendo y se espera que continúe haciéndolo; una de cada cinco compras de productos secos se hace *online* y una de cada diez en el caso de los productos frescos, debido a los inconvenientes que existen todavía para el abastecimiento diario de productos frescos vendidos *online*.

No se puede decir que en alimentación haya que apostar principalmente por las tecnologías de internet, comercio electrónico, etc. Más bien hay que potenciar estrategias como ofertar en tienda otros valores; por ejemplo, la posibilidad de experimentar con el producto.

En lo que respecta a los artículos relacionados con las tecnologías de la información y las comunicaciones, tiene gran proyección todo lo relacionado con la movilidad, la conectividad entre dispositivos y, especialmente, Internet de las Cosas que se va a utilizar en los automóviles, en los aparatos domésticos (sobre todo en los de gama blanca, aparatos caloríficos o termostatos, iluminación (lámparas inteligentes). Además, cada vez es más utilizado en la comunicación por voz.

En este contexto, el móvil tendrá un papel preponderante, coordinando todos los dispositivos asociados a él, y tenderán a ser más finos, flexibles, plegables. Incluso los PC se irán convirtiendo más en terminales-receptores periféricos.

También se prevé evolución positiva en la venta de artículos culturales y recreativos, así como en prendas de vestir, calzado y cuero, vestuario y artículos deportivos, productos cosméticos e higiénicos –sobre todo en nuevos diseños y formatos–.

De los distintos tipos de establecimiento, los que presentan mejores perspectivas son el comercio especializado, los grandes almacenes e hipermercados, los supermercados, autoservicios (mini autoservicios, sobre todo) y franquicias. La media superficie –el supermercado de “barrio”- es la que tiene mejores expectativas. El comercio tradicional tiene más posibilidades de prosperar si apuesta por la especialización.

Otro aspecto del comercio minorista que está cambiando es la aparición de servicios complementarios, como son la restauración y la alimentación o los *concept stores*, debido a la creciente importancia de dar servicio al cliente como valor añadido al del producto.

5.1.3. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR

El contraste entre las empresas grandes y pequeñas del comercio minorista no es tan relevante ni determinante; la diferencia importante se encuentra entre una empresa tradicional o anquilosada y una empresa moderna. Esta es la clave real de la eficiencia y la competitividad. Tanto las empresas grandes como las pequeñas encuentran gran competencia en los operadores de venta *online*.

No obstante, las grandes superficies suponen una gran competencia para el pequeño comercio, ya que ofrecen gran variedad de productos de forma centralizada, con gran capacidad económica y logística. Las tiendas pequeñas, como tales, no pueden competir con grandes superficies, cuando venden los mismos artículos, y esto ocurre en mayor o menor grado según el tipo de producto.

La liberalización de horarios puede perjudicar al pequeño comercio, porque implica cierta precarización del empleo: amplios horarios difíciles de cubrir, salarios bajos, contratos parciales... lo cual dificulta el acceso a la formación y la consiguiente profesionalización de los trabajadores.

Junto al reto de la digitalización, está el de la recolocación o transferencia del personal de unas áreas a otras, teniendo en cuenta la creciente necesidad de desarrollar polivalencia. Hay empresas pequeñas que han sabido adoptar nuevas estrategias y tecnologías, por lo que han conseguido crecer según la teoría de la "larga cola": nichos locales poco rentables acceden a mercados globales con especificidad.

La problemática de una tienda que vende buena parte de sus productos *online* y decide realizar venta directa es muy diferente de la del comercio que estaba vendiendo solamente en tienda física y decide comenzar a vender *online*, ya que éste tiene que asumir los costes y las dificultades de la inmersión en el comercio electrónico.

La estructura empresarial, compuesta en su mayoría por pequeñas empresas, representa una gran dificultad para obtener los recursos que se necesitan para afrontar la digitalización y soportar el coste que les supone su implantación.

Por ello, los expertos consultados coinciden en reconocer la necesidad de contar con mayor apoyo institucional de las diferentes administraciones públicas, para que las pequeñas empresas puedan hacer frente a los cambios estructurales, tecnológicos y organizativos, así como el desarrollo de acciones de I+D+i, que requiere el sector, y que de otro modo solo podrían ser llevados a cabo por las grandes empresas.

Aunque el comercio minorista contribuye a la cohesión social y territorial, a veces, sufre la falta de comprensión de los responsables urbanísticos que tienen que abordar los problemas del cambio climático, la calidad del aire, etc.

Otros factores importantes que afectan a la viabilidad de las microempresas, sobre todo, son: la escasa formación, los recursos insuficientes para la gestión de los negocios, que afectan a la toma de decisiones, así como la poca capacidad de negociación con proveedores.

Además, no se obtiene la rentabilidad debida de la formación, a pesar del esfuerzo y tiempo dedicado a ella, por lo que es necesario descubrir las necesidades y los obstáculos que existen para la incorporación de tecnologías y procesos innovadores a las empresas más pequeñas (menos de diez trabajadores).

El salto generacional de los clientes es otra de las cuestiones que tiene que abordar el comercio minorista: hay comercios cuya clientela fiel va envejeciendo y no son capaces de reponerla con otra más joven, debido a que los centros comerciales son más competitivos en productos y precios, por lo que les resultan más atractivos a los jóvenes que las tiendas físicas o de barrio, por las que se sienten menos atraídos. Esta misma situación la están padeciendo incluso comercios de tamaño grande que no están actualizándose lo suficiente.

Por otro lado, los jóvenes empresarios también asumen el reto de la digitalización en el comercio minorista con mucha menor dificultad; adoptan con facilidad usos y formatos que, para las personas mayores, son más difíciles de incorporar.

5.1.4. ESTRATEGIAS DE FUTURO

Al principio de esta era digital, el pequeño comercio contemplaba al comercio electrónico como un adversario, pero ahora lo está viendo como un aliado que le ofrece una oportunidad de supervivencia, ya que le ha permitido recuperar las cuotas de mercado que se habían ido perdiendo.

Como se sigue valorando la atención personalizada que ofrece la tienda física, una de las estrategias propuestas por los expertos es la necesidad de que la venta directa y el comercio electrónico se complementen; para ello, es necesario desarrollar al personal con las competencias que permitan realizar estos cambios y duplicar los canales de venta.

Para atraer a la población joven y aumentar el volumen de negocio es fundamental la inmersión en la venta *online*. Por otro lado, las grandes empresas están ocupando espacios del centro de las ciudades, entrando en competencia directa con las pequeñas, por lo que éstas tienen que modernizarse y especializarse, para tener algo más interesante que ofrecer.

Teniendo en cuenta que la inmersión del comercio minorista en la venta *online* precisa del desarrollo de infraestructuras TIC y de conocimientos como el marketing digital cuyo coste no pueden asumir la mayoría de los comercios tradicionales, una alternativa es subcontratar los servicios de profesionales externos, como pueden ser los *community managers*.

Además, se requiere el apoyo de las administraciones públicas para desarrollar las infraestructuras necesarias: programas *online*, aplicaciones de software libre –tales como *Prestashop*, *ODU*-, tienda *online*, *Customer relationship management* (CRM), facturación, contratación...

Ya existen diferentes canales de ayudas y subvenciones para acometer los avances y las estrategias que permitan a los empresarios rentabilizar su negocio, pero también es necesaria una actitud positiva por su parte: estar dispuestos a asumir los cambios, los retos, a aprender y a progresar. La digitalización implica, en muchos casos, la subcontratación del soporte tecnológico que es costoso, pero el posicionamiento en Internet tiene que hacerlo el propio comerciante, describiendo bien el producto para que resulte atractivo.

Para eliminar las reticencias a la digitalización que manifiestan los negocios menos avanzados, hay que explicarles las ventajas que supone la automatización de procesos y la ganancia en tiempo, que puede ser invertido en formación.

Recurrir al soporte que ofrecen los *marketplaces* (plataformas de venta *online* en las que pueden concurrir distintos vendedores y compradores como en un “centro comercial” que ofrece una gran variedad de productos, algunos muy especializados) es una buena estrategia. En Francia, su uso está muy desarrollado. No obstante, es conveniente que el vendedor reciba el asesoramiento adecuado antes de agregarse a un *Marketplace*.

El *marketplace* es también un buen canal de distribución que garantiza el cobro al vendedor y la entrega al comprador, ya que dispone de sistemas antifraude. Favorece la visibilidad del vendedor en internet, le evita asumir gastos de mantenimiento y gestión de sitios web y no se necesitan conocimientos informáticos para su utilización. Hay tres modalidades: negocio-negocio (*B2B*), negocio-cliente (*B2C*) o incluso entre clientes (*C2C*).

Para mejorar la competitividad, el pequeño comercio minorista debe apostar por la especialización, la multicanalidad y encontrar un nicho adecuado. Dedicarse a la venta de artículos en los que las grandes superficies no estén muy desarrolladas. Los comercios grandes necesitan un mínimo de clientes para cada tipología de artículos, pues si no, no les resulta rentable; y ahí es donde las pequeñas pueden competir.

Hay que cambiar el marco de referencia cuando peligra la rentabilidad del negocio: buscando nichos que no estén explotados o estén poco desarrollados por grandes empresas y creciendo desde ese nicho; fidelizar al cliente, aportando valor diferencial para ser más competitivo, especializándose y persiguiendo la satisfacción del comprador antes que la facturación en sí misma; añadir algún servicio en la atención al cliente, cuidando la calidad del mismo, haciendo hincapié en la actitud del personal. Entonces, un buen servicio, un nicho adecuado y la especialización de artículos son claves para aumentar la competitividad.

En el caso de negocios ya consolidados, puede ser conveniente repensar el modelo de negocio, aportando un nuevo valor, ofreciendo otro servicio o producto; reinventándose.

Es necesario reforzar, por un lado, la omnicanalidad -que consiste en la integración de todos los canales existentes en una compañía para aumentar la capacidad de comunicar, vender y fidelizar a los clientes sin fisuras- y, por otro, la cadena de suministro, el marketing omnicanal y las estrategias de marketing 360°.

El marketing 360 grados es un concepto creado para aprovechar todas las herramientas disponibles en el mundo actual enfocadas al consumidor. Cierra el círculo perfecto generado por la introducción de la publicidad como modo de influenciar a los consumidores en la elección de un producto.

Los centros comerciales abiertos son otra fórmula comercial con perspectivas de futuro; el problema es que requieren el apoyo económico de todos los comerciantes y, en algunos casos, es difícil de conseguir. Por otra parte, es interesante la reactivación y actualización de los mercados municipales que están incluyendo otros servicios como hostelería, venta de artesanía, eventos, etc.

Las franquicias están demostrando ser competitivas, debido a que incorporan más eficientemente las innovaciones, la promoción y publicidad, el comercio electrónico; conocen mejor los mecanismos de acceso a la financiación y a las subvenciones y, por ello, mantienen unas buenas perspectivas de generación de negocio. Lo mismo se puede decir de las cadenas grandes; razón por la que es necesario favorecer la creación y el mantenimiento de un pequeño comercio singular y especializado.

Para aprovechar la buena marcha del turismo, hay que facilitar el acceso del pequeño comercio a los nichos de mercado que proporcionan turistas en general, cruceristas, asistentes a congresos y reuniones, etc. Las asociaciones de comerciantes tienen un papel relevante, impulsando iniciativas que pueden servir de ejemplo de buenas prácticas. La implicación de los ayuntamientos también es importante, dando a conocer la oferta del municipio relacionada con el turismo y el comercio.

Aumentar la visibilidad del comercio minorista, publicitándolo por distintos medios y con diferentes recursos, prestando especial atención a la promoción digital, en redes sociales... aumentando su presencia en la web, mediante apps, a través de guías turísticas, elaborando planos turísticos y callejeros que muestren las zonas comerciales y de ocio, es otra estrategia imprescindible.

Invertir en la promoción de nuestros productos nacionales y locales, con el fin de atraer y fidelizar al cliente extranjero que visita nuestro país, al que se puede seguir atendiendo a través de las redes comerciales digitales, aprovechando todas las posibilidades que ofrece la combinación de estrategias que permite la simbiosis entre turismo, comercio y tecnologías de la información y comunicación.

La creación del ambiente adecuado es otra de las estrategias importantes en el desarrollo del negocio. La animación en el punto de venta es fundamental; el cuidado de la decoración y el mobiliario, incluyendo, en algunos casos, tecnologías como la realidad virtual o aumentada; la interacción con robots, expendedores automáticos así como la mejora de la accesibilidad para personas con discapacidad (vídeos para personas sordas, bucles de inducción magnética...).

En el diseño de las páginas web de los negocios, también es muy relevante la ambientación, la comunicación con los clientes y la promoción digital. Por ello, algunas empresas importantes tienen un departamento de generación de ambiente en el punto de venta y cuentan con perfiles de animadores que deben tener conocimientos de decoración, escaparatismo, *merchandising*, presentación, etc., para hacer que la tienda física sea atractiva y exitosa. Pueden ser técnicos con formación universitaria en Bellas Artes, Formación Profesional en interiorismo u otro tipo de formación similar.

Para ello, cada vez hay más perfiles de animadores que, además de tener un buen conocimiento de los productos, generan una atmósfera apropiada al tipo de producto, a la línea del negocio y al cliente al que se dirige.

Es necesaria la profesionalización del pequeño comercio para proporcionarle mayor visión comercial, técnicas efectivas de búsqueda y mantenimiento de clientes y especialización en aspectos que las grandes superficies o los grandes operadores *online* no abarcan como ofrecer un servicio cercano y saber asesorar al público que busca este servicio a la hora de comprar; captar clientes a través de las redes sociales, Internet, blogs... Abrir canales alternativos, incorporar nuevos conceptos organizativos, desarrollos tecnológicos e innovaciones que apoyen la venta en la tienda física.

Para llevar a cabo esta profesionalización, es preciso dotar al sector de una formación profesional acorde a los requerimientos expuestos anteriormente. Debe contemplar tanto las necesidades de los trabajadores por cuenta ajena como la de los emprendedores; entre los contenidos de la formación para estos últimos hay que incluir los estudios de viabilidad empresarial así como la gestión y administración de los negocios, con el fin de aumentar la supervivencia de los mismos y asegurar el relevo generacional.

Debido a la fuerte competencia existente en el comercio minorista, se requiere la formación permanente de los dependientes de comercio en competencias como: conocimiento del producto que se vende, técnicas de venta, técnicas de atención y fidelización del cliente, nuevas aplicaciones tecnológicas. Asimismo, conviene incluir el aprendizaje de diferentes idiomas para atender a los clientes procedentes del turismo internacional.

Las dificultades que tienen las pequeñas empresas para recibir formación podrían resolverse a través de las asociaciones, que facilitarían determinados servicios como la formación, organizándola de tal manera que se pueda compatibilizar con los horarios de atención al cliente en el establecimiento. Además del asociacionismo es necesario fomentar los acuerdos entre entidades, la alineación entre sectores, sindicatos, autónomos, etc.

Otras estratégicas de futuro están relacionadas con la internacionalización, la logística y la distribución de los productos. La internacionalización es crucial para elevar la competitividad, por ello, el ICEX está colaborando en la búsqueda de plataformas de venta al exterior. Se está apostando por los mercados electrónicos (comercio electrónico transfronterizo), siguiendo los modelos de negocio a negocio y negocio a cliente (*B2B* y *B2C*). Por otra parte, la competitividad del comercio, sobre todo del comercio electrónico, depende del desarrollo de redes logísticas y de distribución más ágiles y extensas, en concreto la distribución de última milla o la distribución capilar van a requerir un mayor nivel de organización: el uso de almacenes independientes de las tiendas, la automatización de procesos en los mismos así como de profesionales adecuados para llevarlos a cabo.

Para que el pequeño comerciante pueda desarrollar todas estas estrategias, necesita el apoyo de las asociaciones sectoriales o establecer procesos de colaboración con otras empresas, a fin de superar los obstáculos que se le pueden presentar.

La dispersión legislativa es otro inconveniente que debe afrontar el comercio minorista, armonizando la legislación que le afecta, de tal manera que no suponga una barrera para el sector. Aunque existe una legislación básica común a todo el territorio, cada comunidad autónoma tiene unos desarrollos legislativos específicos.

Como se ha visto en la encuesta realizada a las empresas, es necesario difundir el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista - promovido por la Secretaría de Estado de Comercio- para conseguir una aplicación más eficiente del mismo; entre otras vías, se podrían utilizar las gestorías administrativas y administraciones de empresa; los servicios municipales de promoción económica y empleo y las agencias de desarrollo local, ya que todas ellas están en contacto directo con los pequeños empresarios y los nuevos emprendedores.

Hay ciudades, en las que se están aplicando algunas de las líneas del citado plan a través de las Cámaras de Comercio, que realizan acciones de dinamización prácticas y sencillas, para modernizar las tiendas del pequeño comercio y hacerlas más competitivas, como el manejo de redes sociales, técnicas de venta, atención al cliente y fidelización, escaparatismo o idiomas

A través de planes territoriales específicos, se están realizando diferentes actividades de interés como: talleres en los que se imparten píldoras formativas para abordar aspectos como el manejo de redes sociales que permiten publicitarse o captar clientes; técnicas de venta, atención al cliente y fidelización, escaparatismo, idiomas (inglés comercial, sobre todo), marketing (*inbound* marketing, *neuromarketing*, marketing digital), *packaging* creativo, tendencias en moda etc.; y otras cuestiones prácticas adaptadas a sus necesidades. También se realizan diagnósticos del punto de venta y de innovación comercial, tras los cuales se emiten recomendaciones de mejora e innovación en aspectos como gestión, escaparatismo, compras, etc. Algunos de ellos se financian a través de una línea para empresas en general o a través de programas públicos para la modernización del comercio minorista.

Los fondos europeos (FEDER) también financian ayudas a la innovación, campañas shopping, promociones comerciales, documentales, talleres *online* de apoyo al comercio, asesoramientos, ayudas al emprendimiento. Normalmente se ejecutan con la colaboración de ayuntamientos y asociaciones de comerciantes, para potenciar los centros comerciales abiertos, promoviendo la presencia tanto de clientes locales como de visitantes de los centros históricos y comerciales de las ciudades.

La utilización de todas o parte de estas estrategias aplicables el pequeño comercio minorista puede suponer, en muchos casos, tener que repensar el modelo de negocio para fortalecer su competitividad y adecuarlo a las demandas de un nuevo tipo de cliente.

5.1.5. INNOVACIONES

Las innovaciones que más se están implantando, para mejorar la competitividad y la modernización de este sector, son las relacionadas con el uso de redes sociales, internet para promoción y venta (incluso, el Internet de las cosas, cada vez más presente); comercio electrónico; marketing digital; nuevas técnicas y formas de escaparatismo/presentación; contabilidad informatizada; gestión de stocks de productos, almacenamiento; terminales de venta electrónicos (TPV); formas novedosas de pago (uso del móvil...); firma y factura electrónica.

Se está extendiendo el servicio *click & collect*, que consiste en la elección de un producto en internet para recogerlo posteriormente en tienda, donde se puede ver en directo.

La explotación de grandes bases de datos (*Big Data*) tiene un gran potencial de desarrollo que repercutirá en una mayor eficiencia y rentabilidad de las operaciones implicadas en el marketing digital, lo que redundará en el crecimiento del comercio electrónico y de su presencia en el mercado.

El comercio de alimentación vende cada vez más *online*. Y también está creciendo una tecnología de tienda que regula las promociones y actualiza los precios en función de la marcha del negocio. Asimismo, hay innovaciones en aparatos de conservación, refrigeración y congelación de alimentos así como de hornos con control centralizado a distancia.

Las instalaciones son cada vez más eficientes energéticamente y sostenibles debido a que está aumentando la utilización de las energías renovables; también está mejorando el diseño climático, que permite una mejor comercialización de productos refrigerados.

Aprovechando las nuevas tecnologías, se está llevando a cabo una mejora continua de la trazabilidad y la seguridad alimentaria, así como de la gestión de la cadena de suministro y la automatización de los procesos de almacén y de preparación de pedidos.

A medio plazo va a ir aumentando el uso de etiquetas RFID que permiten el pago automático al detectar los artículos que se llevan los clientes al salir de la tienda.

Teniendo en cuenta que una gran parte de las empresas de este sector son nanoempresas, que van a tener dificultades para acceder a estas tecnologías y a los conocimientos necesarios para manejarlas (pocos establecimientos pueden contar con un *community manager* que lleve a cabo la gestión del comercio *online*), es importante formar a los dependientes en SEO, SEM, es decir, en posicionamiento y marketing digital y convertirlos en empleados más polivalentes.

Para que el pequeño comercio integre el comercio electrónico a su actividad de venta directa en la tienda física, es fundamental el apoyo de las asociaciones de comercio. Desde entidades públicas como RED.ES, se han llevado a cabo iniciativas de apoyo a empresas de comercio minorista para el montaje de páginas web.

5.1.6. OCUPACIONES DEL SECTOR

La incorporación de nuevas estrategias de futuro, de nuevos procesos organizativos o tecnológicos afectará a las competencias y a las habilidades demandadas a los profesionales del sector, lo que supondrá la aparición de nuevos perfiles profesionales, sin embargo, esto no provocará la desaparición de las ocupaciones básicas existentes en la actualidad en el sector, sino su adaptación a los nuevos requerimientos.

Las ocupaciones que señalan los expertos como las más relevantes del sector son las siguientes:

- *Gerente de comercio electrónico*
- CNO 3814_Técnicos de la web
- CNO 1221_Directores comerciales y de ventas
- CNO 1315_Directores de empresas de abastecimiento, transporte, distribución y afines
- CNO 2651_Profesionales de la publicidad y la comercialización
- CNO 3510_Agentes y representantes comerciales
- CNO 7701_Carniceros (dependientes)
- CNO 7703_Panaderos, pasteleros y confiteros
- CNO 7837_Zapateros y afines (dependientes)
- CNO 2651_Técnicos en estudios e investigaciones de mercado
- CNO 5220_Vendedores en tiendas y almacenes (dependientes especializados, con buen conocimiento del producto y conocimientos transversales)

- CNO 3522_Técnicos en gestión de stocks y/o almacén

En las ocupaciones anteriores, hay dificultades a la hora de cubrir las vacantes de dependientes especializados y de personal competente en la atención al cliente.

Las principales novedades o cambios en los perfiles profesionales se van a producir como consecuencia del desarrollo y la expansión del comercio electrónico. Una ocupación básica que, además, presenta dificultades de cobertura es el Programador desarrollador, encargado de desarrollar y mantener la página web, para conseguir un resultado óptimo de la venta *online*.

Otros departamentos importantes y muy interrelacionados son el de *Big Data* y el de Marketing digital. Cada vez es más necesario el tratamiento de *Big Data*, para analizar y estudiar gran cantidad de información acerca del comportamiento de los clientes. De las conclusiones obtenidas en este análisis, se nutre el marketing digital para desarrollar las estrategias del comercio. El *analista de minería de datos (Analyst)* es el perfil más adecuado para esta función, pero hay dificultad para encontrar profesionales cualificados, por lo que habría que buscar la manera de atraerlos hacia este sector.

En el marketing digital, hay una serie de ocupaciones relevantes, como son:

- *Traffic manager*. Su principal función es la de realizar un seguimiento y control del tráfico web para determinar las acciones de marketing más eficaces, así como gestionar ofertas, anuncios, etcétera.
- *Especialista en posicionamiento digital (SEO)*.
- *Especialista en marketing para buscadores (SEM)*.
- *Click viewer* (muy demandado). Es asimilable al experto en analítica web
- *Growth hacker*, un profesional que contribuye mediante herramientas de marketing digital a conseguir una mayor penetración de los productos o servicios de la empresa en Internet.
- *Conversion Rate Optimization (CRO) & User Experience (UX)*, optimización de la ratio de conversión. Se ocupa del análisis y mejora continua de la ratio de conversión del sitio Web, y persigue persuadir al mayor número posible de usuarios para que ejecuten acciones (compra *online*, esencialmente). Es un perfil con dificultad de cobertura.
- CNO 2651_Gestor de redes sociales (*community manager*)
- *Experto en analítica web (marketing)*
- *Experto en marketing digital*
- CNO 2651_Responsable social media
- *Loyalty retention manager*. Es una ocupación emergente, que persigue la fidelización del cliente, atraerlo hacia la página web.
- *Product manager*. Se dedica a la relación con proveedores, decide promociones, campañas.

En el marketing digital y la publicidad es fundamental la gestión de redes sociales mediante *community managers*, especialistas en posicionamiento SEO, SEM, etc. Se debe fomentar la innovación en producto y en publicidad.

Buena parte de la actividad de estos profesionales –sobre todo en el caso de programadores y técnicos en marketing- se lleva a cabo en forma de teletrabajo, lo cual supone ciertas ventajas, pero se requiere mayor regulación para que se desarrolle de forma más ágil en lo tocante a la normativa y aspectos legales que conlleva.

La mejora en las estrategias comerciales y de marketing en general del comercio minorista se favorece mediante la participación de profesionales con formación universitaria, en unos casos, o formación profesional de grado superior, en otros, de estas áreas:

- Diseño, ambientación: licenciados en Bellas Artes, técnicos en interiorismo, escaparatistas. Técnicos en *merchandising*.
- Diseño informático. Técnicos en la web, informáticos

- Licenciados en comercio y marketing
- Técnicos en grado de marketing
- Técnicos de FP en comercio y marketing

5.1.7. COMPETENCIAS GENERALES MÁS VALORADAS

Respecto a estos profesionales, se detecta la necesidad de adquirir conocimientos relacionados con la persuasión comercial digital, la expansión digital, etc. Entre las competencias cualitativas más requeridas, se mantienen las siguientes:

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Iniciativa y proactividad.
- Compromiso con la empresa.
- Capacidad de aprendizaje permanente, de adaptación a nuevas tendencias.
- Orientación al cliente, actitud adecuada en el puesto de venta y operatividad resolutoria.
- Humildad y actitud positiva.

5.1.8. FORMACIÓN

Es esencial potenciar la formación y avanzar en la modalidad dual; pero es más fácil en las empresas grandes, que en las pequeñas.

Para la supervivencia y el avance del pequeño comercio es fundamental resolver las principales necesidades formativas relacionadas con el marketing digital, el uso de redes sociales, el comercio electrónico, el servicio *click & collect*, la firma y facturación electrónicas.

El comercio electrónico y el marketing digital conllevan necesidades formativas en *software* de dirección de proyectos (COBIT 5, PRINCE 2, SCRUM), así como en lenguajes de programación, como SYMFONY; y en arquitectura de datos (para *Big Data*).

También existen carencias formativas en herramientas 5S, en *lean management*, en habilidades de desarrollo estratégico y gestión de incidencias.

Por otra parte, también falta formación en uso de terminales de venta electrónicos (TPV), nuevas formas de pago (uso del móvil...), contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas.

Asimismo, es esencial mejorar la formación en los mecanismos de financiación, así como los idiomas –principalmente inglés–, el diseño y escaparatismo, promoción y venta, gestión de campañas y estrategias, en innovación de producto y en publicidad, en prospección de mercados, en informática de gestión. También en marketing en general –sobre todo en materia de detección de los gustos y necesidades de los clientes– y *merchandising* en el punto de venta.

Igualmente, en técnicas de venta y atención al cliente –uno de los aspectos en los que se requiere hacer más hincapié en la formación–, tener perfil comercial, cualidades personales y psicología enfocada a la venta; así como en conocimiento del producto a vender, lo cual es esencial en la estrategia de especialización. También en gestión de stocks y almacenamiento, gestión de incidencias, técnicas de cierre de ventas. Y en calidad, cuidado medioambiental y gestión de residuos.

Es muy importante la formación en escaparatismo y acondicionamiento del local; se requieren perfiles profesionales bien formados en esta disciplina. Es una faceta fundamental en este sector, ya que vende sensaciones, en vez de producto directo. Muchas veces un profesional se encarga del diseño interiorista del local y escaparate; pero después el comerciante debe tener algunos conocimientos al respecto para mantener, hacer cambios parciales, etc.

Se necesita cada vez más un perfil polivalente y moderno. Una figura que domine las nuevas tecnologías a la vez que sepa manejar el producto que se comercializa, tanto de puertas adentro del negocio como de cara a la atención de los consumidores. Que sepa combinar los activos del comercio tradicional con las innovaciones del comercio *online*.

Esta polivalencia debe ir unida a una mayor capacidad de resolución de problemas y una mayor eficiencia de los recursos utilizados respecto de los resultados. Que sea capaz de aplicar *gadgets* tecnológicos y el análisis de los datos obtenidos para tomar decisiones beneficiosas para el negocio.

Por ello, hay que hacer hincapié en la formación y concienciación hacia la adopción de la omnicanalidad y técnicas de marketing (marketing 360°, *inbound marketing*, *neuromarketing*...).

También hay carencias formativas en cuanto a modelos de contratación de personal, en contabilidad, en emprendimiento y gestión empresarial y comercial –especialmente para los autónomos–; en conocimiento de normativa legal, fiscal, etc., aunque en muchas ocasiones se encargan las gestorías. Igualmente, en materia de inspecciones, prevención de riesgos laborales.

Y no hay que olvidar las carencias formativas que presentan los trabajadores dedicados al reparto de mercancías. Se está elaborando una nueva cualificación: “Recogida y entrega a domicilio”.

En el caso del comercio de alimentación en general, las cuestiones en las que más carencia formativa se ha detectado son:

- Seguridad e higiene alimentaria; manipulación de alimentos. Análisis de peligros, puntos de control crítico. Prevención de riesgos laborales. Nuevas tecnologías de control de la seguridad alimentaria.
- Control de stocks en tienda y preparación de pedidos. En los almacenes alimentarios se funciona en flujo tenso para poder abastecer siempre de productos. Hay un sistema informático que el dependiente debe manejar para vigilar el abastecimiento. También falta formación en la compra de materias, saber elegir la mercancía, tratamiento de la misma, normativa de trazabilidad.
- Conocimiento de cualidades nutricionales y “medicinales” de los productos, ventajas de la dieta mediterránea. Denominaciones de origen.
- Conocimientos básicos culinarios asociados a los productos, en carne, hortofrutícola y pescado.
- Funciones del frío; congelación-descongelación.
- Gestión de residuos y subproductos de origen animal, así como la logística inversa de los mismos. Y los dependientes deben saber informar a los clientes sobre uso de bolsas, envases, residuos. Control del desperdicio en tienda.
- Etiquetado e información alimentaria.
- Control de la temperatura de las tiendas, que ha de ser muy estable.
- *Merchandising*, en cuanto a presentación de los productos.
- Normativa de defensa del consumidor.
- Preparación de pedidos.
- Selección de proveedores

En definitiva, es un conocimiento polivalente, y se trabaja mucho en rotación de trabajadores.

En el subsector del comercio de productos cárnicos, falta formación en el corte, manejo de la carne, preparación de productos cárnicos... Hay más demanda de trabajadores que excedente; cuesta encontrar trabajadores cualificados. Muchos profesionales son autodidactas y en muchos casos apenas realizan acciones formativas.

Además del apoyo en general que pueden brindar las Administraciones Públicas, tanto en general como en la formación, es fundamental contar con la participación y anuencia de la Administración Sanitaria en la formación en comercio de alimentación.

En general, este tipo de comercio precisa mucha formación. Y un gran problema es que prácticamente no ha existido una formación oficial, bien sea de Formación Profesional, o de Certificado de Profesionalidad que cubra las necesidades de este subsector. Y esto afecta a supermercados y a los pequeños comercios.

La formación profesional con buen contenido práctico es costosa; de modo que al final casi únicamente se imparte la formación obligatoria. Habría que ampliar la obligatoriedad a más aspectos para conseguir que un mayor número de profesionales se formen en cuestiones fundamentales.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte está elaborando un título de FP Grado Medio: "Técnico en comercialización de productos alimentarios". Su competencia general consiste en vender al por menor productos alimentarios, a través de diferentes canales; preparar y acondicionar el producto y garantizar su seguridad alimentaria; gestionar su almacenaje, realizar la gestión administrativa del proceso comercial en sus distintas variantes y atender a la clientela; así como implantar y dirigir un pequeño establecimiento comercial. También incluirá contenidos de gestión empresarial y de nuevas tecnologías (robotización...).

Además de potenciar la formación en alternancia, también hace falta crear dos certificados de profesionalidad: uno de técnico polivalente en alimentación; y otro especializado en cada uno de los subsectores (carne, hortofrutícola, pescado).

Esto implica que las propias empresas tienen que hacer un esfuerzo económico elevado para impartir formación. En el caso de carnicería y pescadería sí hay un certificado de profesionalidad, pero es incompleto, pues está dentro de la familia industria alimentaria; falta formación transversal en atención al cliente, sostenibilidad, gestión empresarial, marketing, seguridad e higiene alimentaria, etiquetado, manipulación de alimentos.

Actualmente, se está trabajando en la elaboración de un certificado de profesionalidad de Carnicería/Charcutería del pequeño comercio.

Es muy importante mejorar la formación de los dependientes de la venta directa de productos alimenticios para conseguir buenos especialistas que conozcan las características y propiedades de los alimentos, incluyendo aspectos de nutrición, dietética y cuestiones medicinales asociadas a los mismos.

Con ello se lograría añadir valor al producto, lo cual permite luchar contra el intrusismo, sobre todo en el subsector de la frutería. En él falta más conocimiento de maridaje, de cuestiones culinarias, de origen y propiedades de los productos.

Cuando existía el contrato de aprendizaje, había más formación práctica, en centros de trabajo. Pero ahora, el hecho de tener que adquirir formación en plataformas *online* lo hace menos atractivo.

Otra cuestión importante es que no hay centros suficientes para impartir los certificados de profesionalidad. Y además, en muchos casos los docentes no son idóneos, pues aunque tengan titulación universitaria, no están preparados en aspectos propios del comercio de alimentación. Un ejemplo es el caso de veterinarios que imparten cursos de carnicería y no saben bien despiezar la carne.

La formación en aspectos sobre control de calidad y gestión alimentaria suele impartirse de forma externalizada con empresas de gestión de calidad, pues no tienen suficiente personal para ello, sobre todo las empresas de menor tamaño.

En el sector de los materiales de construcción también es básico conocer la normativa sobre seguridad, códigos técnicos a los que no se suele tener acceso. Se desconoce el propio lenguaje del código técnico y se debería poder acceder a él de una forma asequible en un lenguaje fácil de comprender de cara a aportar valor a los productos de venta y al servicio al cliente en la labor de asesoramiento que ofrecen los propios trabajadores del comercio.

Ante la falta de formación estructurada, las distintas asociaciones/federaciones están asumiendo esta función y elaboran unas guías con la formación básica en cada subsector, que contienen los conocimientos iniciales para trabajar en tienda.

Además, es muy complicado compatibilizar la formación con la atención en la tienda, lo cual limita la formación. Para ello debe potenciarse el asociacionismo. Redefinir el negocio, asociarse, contratar a los docentes y organizarse de manera que la formación se pueda llevar a cabo en conjunto en las empresas asociadas, sin perjudicar la atención al cliente.

Es fundamental formarse de manera continua. Pero la formación profesional es muy costosa, y es difícil implantar la DUAL. En muchos casos se ha formado a jóvenes aprendices para el pequeño comercio, pero

después se los llevan las grandes superficies. Para estas, es más fácil implantar la DUAL que en el pequeño comercio. Se están haciendo pruebas piloto en este sentido, pero hacen falta ayudas.

La atomización de empresas dificulta su implantación, de modo que la formación DUAL no puede aplicarse en muchos casos, ya que se necesita un tutor para los alumnos. Se ha planteado desde las asociaciones flexibilizar el sistema contemplando la posibilidad de que sean las propias asociaciones las que asuman esta función tutorial.

Se precisa ampliar el catálogo de cualificaciones a fin de adaptarlo a las nuevas realidades comerciales, tanto en el caso del pequeño comercio como de las grandes superficies; y en consecuencia esto se refleja también en los certificados de profesionalidad. Estos deben ser revisados y completados con contenidos de técnicas de venta, higiene, así como de otras competencias que van surgiendo.

Es necesario crear un buen itinerario formativo, estratificado y acreditado, de manera que, partiendo de una buena formación básica en comercio, los profesionales puedan continuar formándose y ascender a puestos de gestores, directores, etc. Y hacer revisiones de los contenidos de los programas formativos con mayor agilidad.

Incluso, hay que insistir en impartir “píldoras” formativas concretas para distintos aspectos y áreas del comercio. En el caso de empresas pequeñas y no inmersas en digitalización y con un modelo de gestión anticuado, se podían aplicar paquetes formativos de administración y gestión empresarial, estrategias de negocio, por un lado; y por otro, de herramientas digitales, como podrían ser: *Zapier*, *OCR-Gestión Documental*; herramientas Software *OpenSource*; automatización de procesos; gestión de clientes/proveedores en la nube; opciones *OpenSource* a nivel de ERP/CRM...

En el caso concreto de la gestión a través de la nube, RED.ES está realizando una actividad de *mentoring* para la formación de tutores.

En general, hay que lograr concienciar al sector de la necesidad de la formación, mostrando la rentabilidad que se obtiene de ella y evitando que se desprestigie por la falta de calidad con la que se ha realizado en muchos casos. Además hay que inculcar el hábito la formación permanente, que no ha existido hasta ahora en muchos estratos del sector.

La hostelería dispone de mayor infraestructura formativa que el comercio, razón por la que hay más personas desempleadas que buscan colocación en esta actividad que en la venta al por menor.

En lo que respecta a los autónomos, es preciso ahondar en la detección de sus necesidades formativas. Una vez que han iniciado la actividad, no disponen de tiempo para realizar certificados de profesionalidad completos -los consideran muy extensos-; por ello, se necesitan los programas de formación flexibles y de menor extensión para los trabajadores por cuenta propia.

El reconocimiento de las cualificaciones para los profesionales que han aprendido a través de la experiencia, lo cual es muy frecuente en alimentación, es una forma de valorizar la profesión en un sector muy autodidacta. En la carnicería, por ejemplo, tras recibir una formación inicial, los trabajadores van al punto de venta y terminan de aprender en el contacto con carniceros veteranos que, en muchos casos, han aprendido por su cuenta sin recibir una formación específica al respecto.

Para las ocupaciones relacionadas con el comercio electrónico y el marketing digital, existe Formación Profesional de Grado Superior y grados universitarios de informática que son adecuados, aunque es necesario realizar más prácticas y profundizar más en cuestiones técnicas del comercio electrónico.

En el Grado en Marketing, hay ya una asignatura específica de marketing digital, pero hay que implementar más conocimiento de tecnología digital. Normalmente son necesarios cursos específicos de actualización en esta materia digital.

Por otra parte, sería muy conveniente elaborar un máster universitario en Retail que cubriese todas las especialidades necesarias para la modernización del comercio: informática, marketing, comercio, logística...En definitiva, que permita a los formados implementar las técnicas más novedosas que son aplicables al comercio.

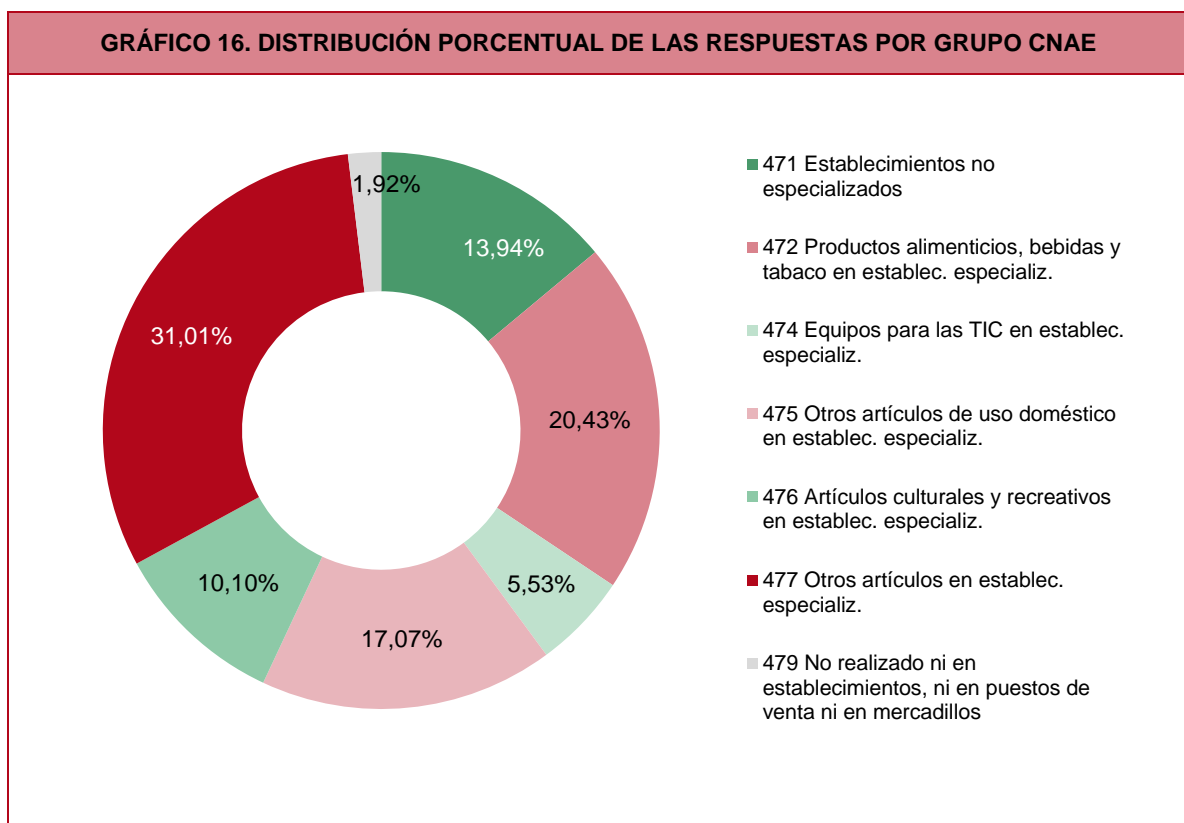
5.2. INFORMACIÓN FACILITADA POR LAS EMPRESAS DEL SECTOR

Con el fin de recoger la opinión de representantes de empresas del comercio minorista acerca de las tendencias, las perspectivas, las necesidades de empleo y formación que detectan en el sector, se envió un cuestionario a una muestra representativa de establecimientos.

La muestra se determinó siguiendo la metodología de Arkin y Colton (tomando una población finita, en la hipótesis de p-50 %. Margen de confianza de 95,5 %) y se estratificó en función de las subactividades incluidas en el estudio del comercio minorista (CNAE 2009) y del tamaño de las empresas (número de trabajadores).

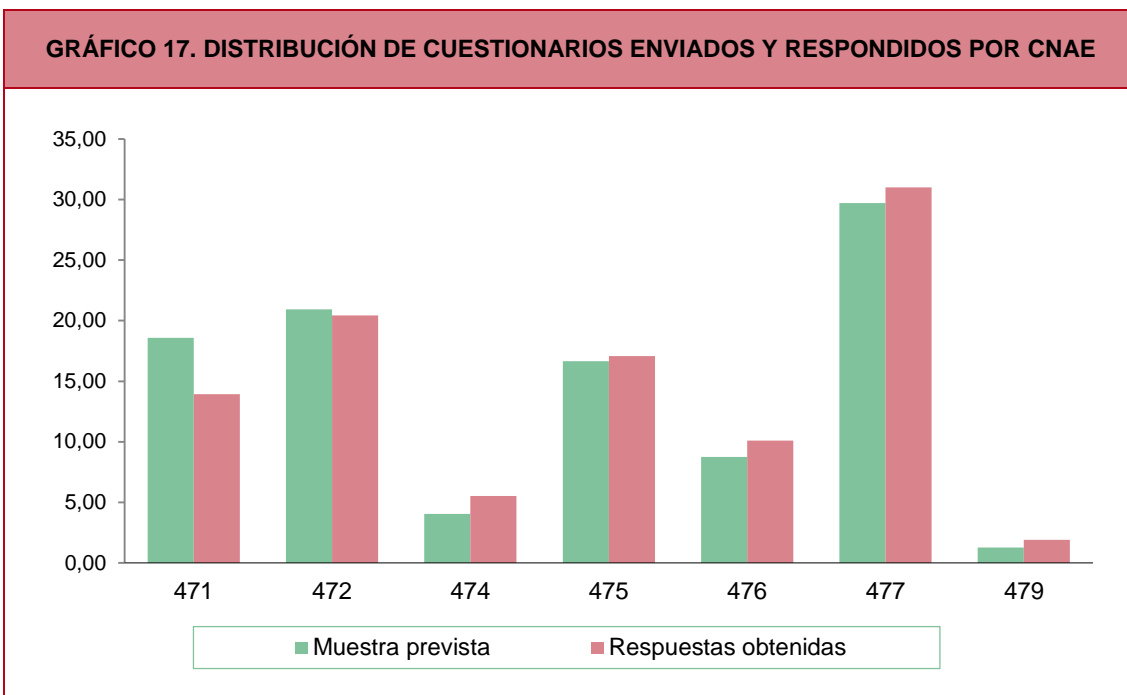
De los 468 cuestionarios enviados a empresas del sector comercio, se recibieron 381 respondidos, correspondientes a diferentes establecimientos comerciales, lo que representa una tasa de participación del 81,41 % respecto de la muestra inicial prevista.

El porcentaje de respuestas sobre el total de cuestionarios recibidos fue del 99,21 %. En algunos casos, un mismo establecimiento desarrollaba actividades comerciales clasificadas en más de un código de la CNAE, por lo que, en algunas preguntas del cuestionario, se ha obtenido un número de respuestas superior al de cuestionarios; se han obtenido 416 respuestas válidas, es decir, un 88,89 % de las respuestas previstas inicialmente.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas.

Una vez agrupadas las respuestas obtenidas por cada grupo de la CNAE incluido en el estudio, en el gráfico siguiente, se muestra el grado de ajuste entre el número de cuestionarios enviados y el número de respuestas obtenidas para cada uno de los grupos de actividad económica.

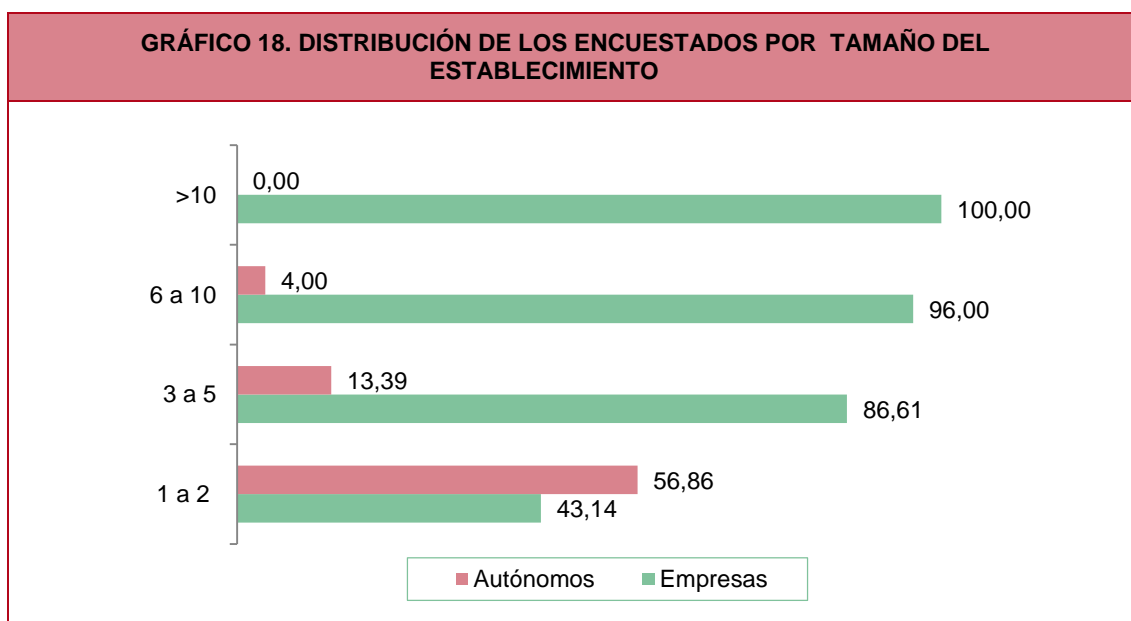


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas.

Los resultados de la encuesta se plasman en los siguientes apartados donde se abordan los diferentes aspectos relacionados con las previsiones de empleo y las necesidades de formación de este sector. En general, los cuestionarios fueron contestados por los responsables de los establecimientos, entre los que se encontraba un número elevado de autónomos.

5.2.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Del total de titulares de establecimientos encuestados, el 36 % eran autónomos. Este porcentaje se eleva a más de un 86 % en los establecimientos comerciales de menor tamaño (1 a 2 trabajadores) y va disminuyendo en los siguientes tramos.

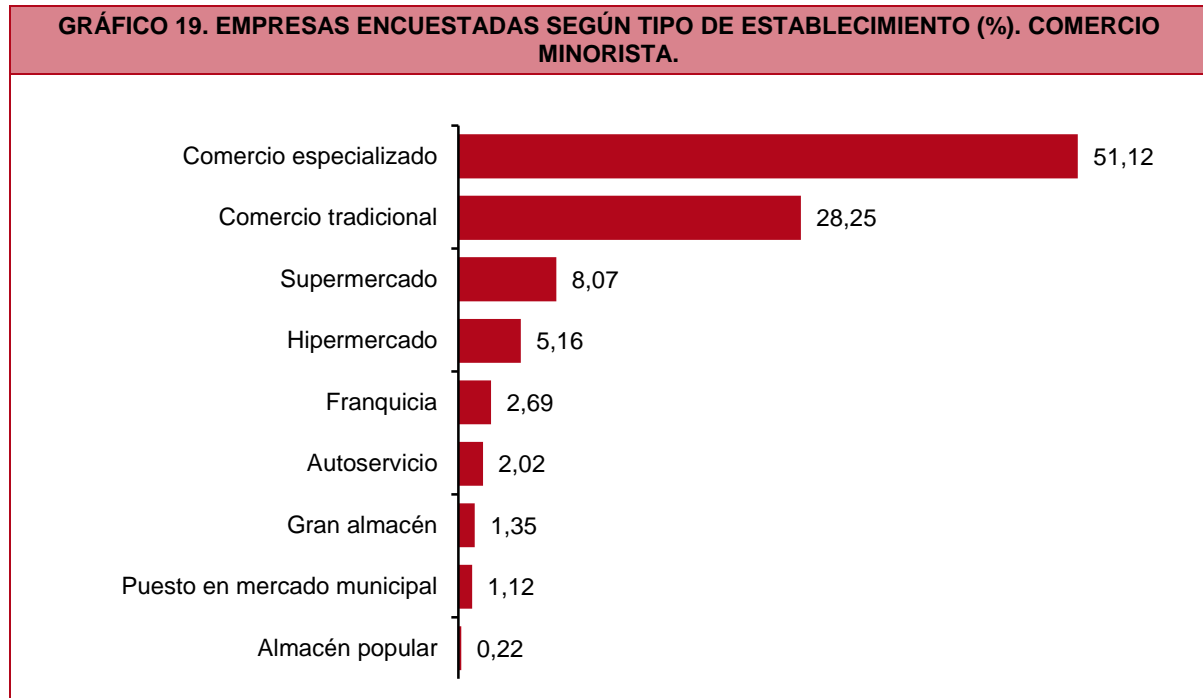


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas.

Aproximadamente, tres de cada diez autónomos se concentran en tres de las veintiocho actividades económicas desarrolladas por autónomos en el estudio: Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados (4771), Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en

establecimientos especializados (4722) y en Otro comercio al por menor en establecimientos especializados (4719).

El Comercio especializado es el tipo de establecimiento más frecuente entre los encuestados, de los cuales cerca de dos tercios se dedicaban a la venta de Otros artículos en establecimientos especializados (477) y Otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados (475).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas.

Sin embargo, uno de cada cuatro establecimientos de comercio minorista no especializados (CNAE 471) se decantaron por clasificarse como establecimientos de tipo tradicional. Por otra parte, casi nueve de cada diez establecimientos catalogados como Autoservicio se encontraban encuadrados en este grupo de establecimientos no especializados.

Un aspecto destacable es que dentro de las actividades económicas tenidas en cuenta en el estudio, algunas de las empresas consultadas realizan alguna otra actividad complementaria distinta de la principal (comercio minorista). Así, de las 381 empresas dedicadas al comercio minorista que han participado en la encuesta, 82, es decir, el 21,52 %, han contestado afirmativamente y cerca del 46 % de las respuestas se obtuvieron de empresas encuadradas en los grupos CNAE 477 (Otros artículos en establecimientos especializados) y 472 (Productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados).

A continuación se indican los servicios complementarios según la actividad económica principal de cada empresa entre las actividades que han tenido más respuestas:

- Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco (CNAE 4711): servicio de catering, apertura 24 horas, venta de revistas y periódicos, entrega de pedidos a domicilio, peluquería, venta de tabacos, servicio al por mayor (restaurantes y otras tiendas, etc.).
- Comercio al por menor de frutas y hortalizas en establecimientos especializados (CNAE 4721): oferta de otros productos alimenticios básicos, servicio de pedidos a domicilio, y al por mayor a restaurantes y bares.
- Comercio al por menor de pan y productos de panadería confitería y pastelería en establecimientos especializados (CNAE 4724): oferta de bebidas frías y calientes para llevar, de otros productos alimenticios, talleres de elaboración de pan artesanal.
- Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados (CNAE 4741): reparación de ordenadores, equipos e impresoras, asistencia a empresas.

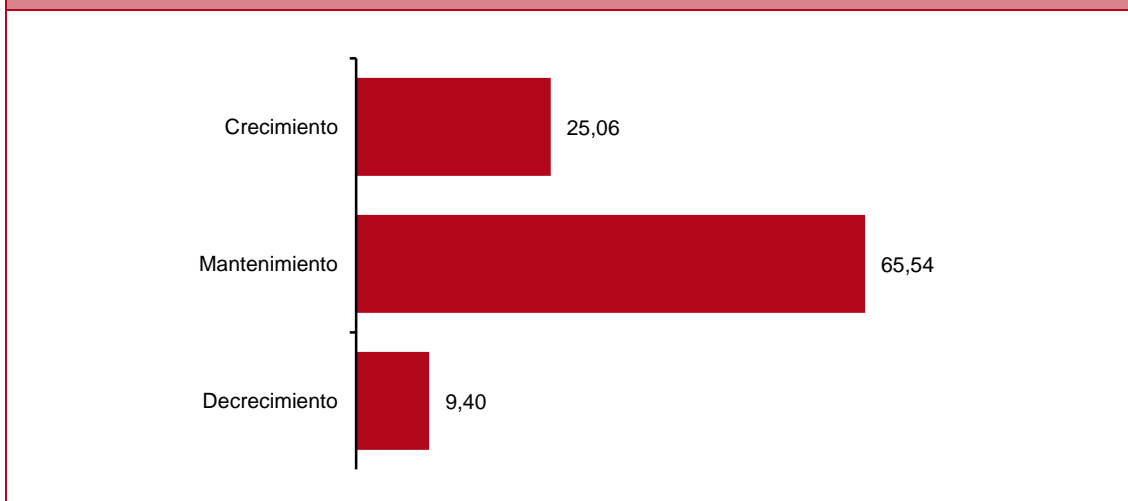
- Comercio al por menor de equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados (CNAE 4742): instalación de material eléctrico, reparación, servicios técnicos en el establecimiento y a domicilio.
- Comercio al menor de prendas de vestir en establecimientos especializados (CNAE 4771): servicio de arreglos y composturas, comercio de complementos, jornadas informativas de temas de interés, comercio por internet.
- Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados (CNAE 4774): fabricación de productos ortopédicos y de prótesis plantares, información sobre pérdidas auditivas, servicios profesionales de consulta de optometría y contactología, venta de productos cosméticos e higiénicos.
- Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados (CNAE 4778): optometría, venta de audio-prótesis, servicios fotográficos para prensa y publicaciones y para regalos personalizados, actividades culturales sin ánimo de lucro.

5.2.2. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DEL EMPLEO

De las respuestas obtenidas a la pregunta realizada sobre la previsión de contratar personal a medio plazo (de 1 a 2 años), en torno a una cuarta parte de los establecimientos prevé aumentar el empleo, mientras que más del 65 % considera que se mantendrá y solo alrededor del 9 % estima que descenderá.

Esta previsión de crecimiento se concentra principalmente en el comercio al por menor en establecimientos no especializados con predominio de productos alimenticios, bebidas y tabaco, y concuerda con el comportamiento que está teniendo la afiliación a la Seguridad Social, que ha tenido un incremento del 4,14 % en el último año.

GRÁFICO 20. PREVISIÓN DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL A MEDIO PLAZO (%). COMERCIO MINORISTA.

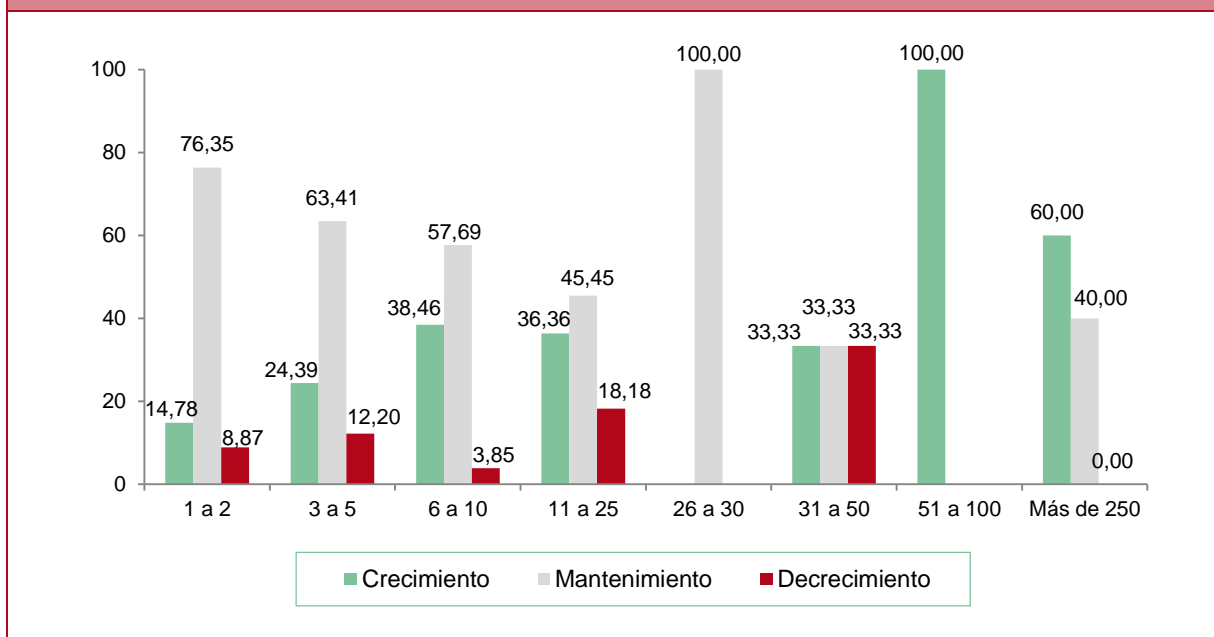


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Atendiendo al tipo de establecimiento, en cuanto a la previsión de contratar personal a medio plazo (de 1 a 2 años), sigue siendo mayoritaria la opinión de que el empleo se mantendrá en los próximos años, principalmente en las franquicias.

Entre los establecimientos con previsión de crecimiento, destacaron los supermercados, seguidos de autoservicios y comercio especializado. Por último, el comercio tradicional fue el tipo de establecimiento con mayor peso en las previsiones de decrecimiento.

Al considerar el tamaño se observa que la respuesta de las empresas es más optimista en las que tienen mayor tamaño, a pesar de que en todos los tramos es mayoría la expectativa de mantenimiento de la plantilla.

GRÁFICO 21. PREVISIÓN DE CONTRATACIÓN SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA (%). COMERCIO MINORISTA.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

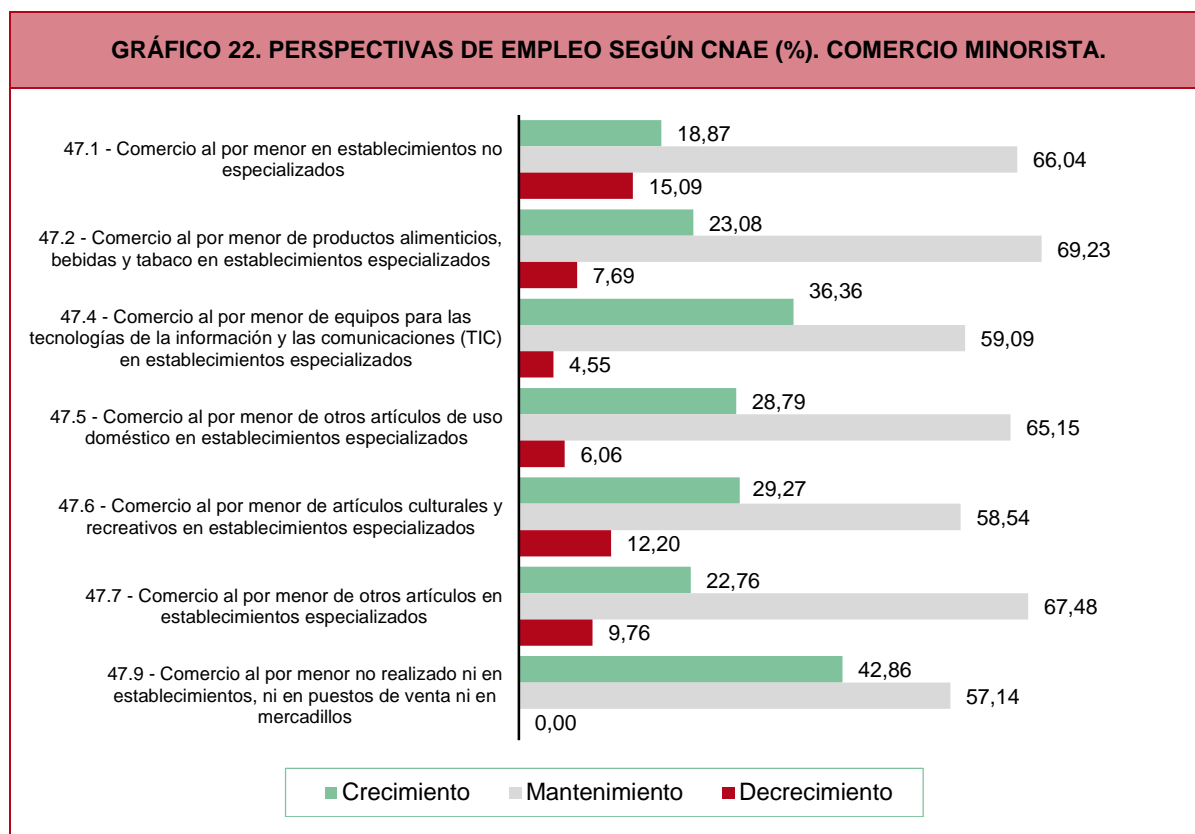
De las 381 empresas consultadas sobre cuáles eran las causas que motivan el aumento, el mantenimiento o la reducción de la contratación, en un 78,74 % no se obtuvo respuesta alguna. Dentro de las que expresaron su opinión sobre las causas de su predicción, se recogió la siguiente respuesta:

- De las empresas que prevén crecimiento del empleo: % Causas
 - Aumento de la demanda de los productos que vende 21,25
 - Uso de nuevas tecnologías: comercio electrónico / puntos de venta 13,75
 - Mercados electrónicos 10,00
 - Diversificación de productos (ampliación de nuevos productos a vender) 7,50
 - Apertura de nuevos establecimientos 6,25
 - Nuevo personal para reponer las jubilaciones 6,25
 - Inclusión de algún servicio adicional (ejemplo: hostelería.....) 3,75
 - Distribución / entrega a domicilio de las compras 3,75
 - Mayor promoción de los productos. Campaña de promoción 3,75
 - Aumento del turismo en la zona 2,50

- De las empresas que prevén mantenimiento: % Causas
 - Aumento de la competencia con grandes superficies u otros comercios 43,53
 - Dificultad de competir con la venta online / internet... 24,71
 - Descenso en la demanda de los productos en venta 16,47
 - Aparición de nuevos productos que compiten con los que vende 4,71
 - Morosidad / retraso en los cobros 3,53
 - Cierre de establecimientos 2,35
 - Absorción de empresas por parte de otras 2,35
 - Cambio en los gustos/preferencias de los clientes 1,18
 - Inseguridad ciudadana en la zona 1,18

- De las empresas que prevén descenso: % Causas
 - Cambio en los gustos/preferencias de los clientes 32,14
 - Dificultad de competir con la venta online / internet. 21,43
 - Descenso del turismo en la zona 17,86
 - Desmantelamiento de áreas comerciales 14,29
 - Morosidad / retraso en los cobros 7,14
 - Absorción de empresas por parte de otras 3,57
 - Reducción de personal de caja por uso de cajeros electrónicos (autoservicio) 3,57

Estas opiniones sobre las causas de crecimiento/mantenimiento/decrecimiento son semejantes en las distintas figuras empresariales (autónomo/representante de la empresa). No obstante, aunque ambas figuras consideran que el aumento de la demanda de los productos en venta es la causa primordial para la previsión de crecimiento, se aprecian ciertas diferencias en la valoración del grado de influencia del resto de las causas: para los autónomos, la previsión de crecimiento se justificaría sobre todo por el incremento del turismo en la zona y una mayor promoción de los productos (campañas de promoción), así como por la diversificación de productos, mientras que para los empresarios, sería esta última citada la que intervendría en mayor medida, seguida por la influencia positiva del uso de nuevas tecnologías como el comercio electrónico y de la apertura de nuevos establecimientos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Si tomamos las perspectivas de empleo según las agrupaciones de la CNAE a tres dígitos estudiadas, se observa que destaca el grupo 479 (Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos), seguido del 474 (Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados), del 476 (Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados) y del 475 (Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados).

Concretando en los epígrafes a cuatro dígitos, las mejores previsiones de aumento, respecto del total de las clases de la CNAE analizadas, se detectan en la actividad 4711 (Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco), en la 4771 (Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados), en la 4722 (Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados).

Atendiendo a los distintos departamentos que presentan previsión de contratación, y teniendo en cuenta que una misma empresa puede prever crecimiento en varios de ellos, se constata que en un 63,55 % de las respuestas al cuestionario, no se especificó en qué departamento se produce esa circunstancia, tal vez por la polivalencia para desempeñar las distintas tareas que se exige a los trabajadores del comercio minorista (atención al público+ cajero+ reponedor, por ejemplo).

A partir de las empresas que indicaron cuáles son los departamentos con previsión de contratación, se ha elaborado el gráfico siguiente, donde se observa que destacan los departamentos de atención al cliente, reparto y almacén.

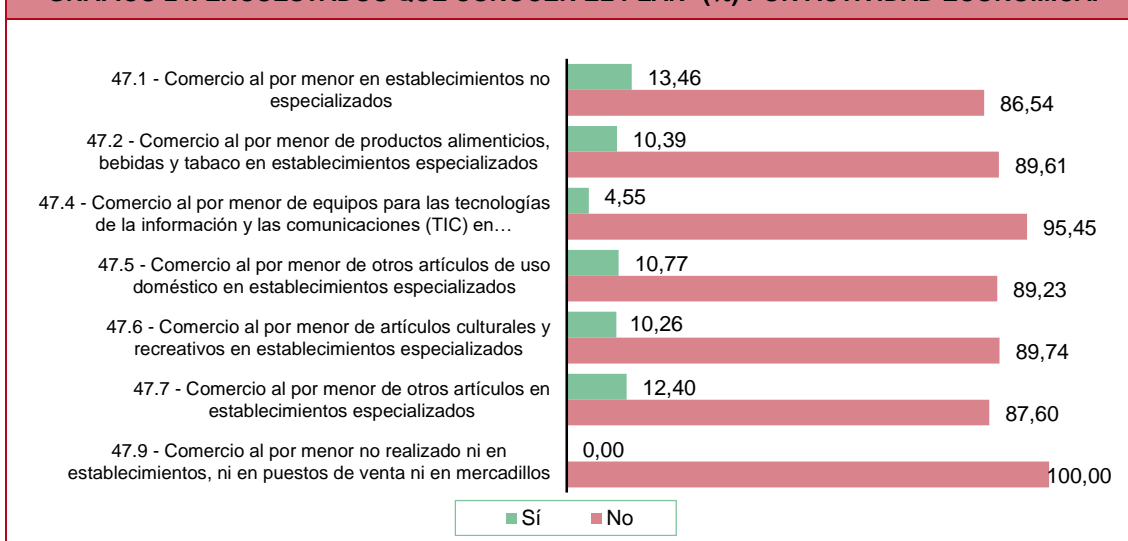
GRÁFICO 23. DEPARTAMENTOS CON MEJORES EXPECTATIVAS DE CREACIÓN DE EMPLEO. COMERCIO MINORISTA (%)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Al preguntar por el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017, impulsado por la Secretaría de Estado de Comercio, se constata que el 86,09 % de los establecimientos encuestados no conocían la existencia del Plan.

Del análisis geográfico de los cuestionarios, resulta que hay solamente tres provincias en las que más de la mitad de los encuestados conocían el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017: en Soria, el 90 % de los encuestados; en Bizkaia, el 55,56 % y en Teruel, el 50 %.

Por otra parte, si se analiza respecto al grupo de actividad económica de la CNAE en el que se encuadran los diferentes establecimientos encuestados, se concluye que solo los comercios que desarrollaban su actividad en el 479 (Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta, ni en mercadillos) desconocían la existencia del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista; los porcentajes de conocimiento o desconocimiento del Plan en los diferentes grupos de la CNAE estudiados se reflejan en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 24. ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL PLAN* (%) POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

* Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista.

5.2.3. ESTRATEGIAS E INNOVACIONES

Según la respuesta de las empresas, las inversiones y estrategias más importantes para hacer más competitivo el negocio son: incorporar la venta por internet, acondicionar el local y mejorar el escaparate y los estantes, seguido por la necesidad de formación del personal y abrir nuevas líneas de negocio.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Si se analizan estos resultados según las actividades a las que se dedican las empresas sondeadas, casi un tercio de las mismas coinciden en la necesidad de incorporar la venta por internet en las empresas dedicadas al comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados, un 25 % en el comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados y otro 25 % en otro comercio al por menor en establecimientos no especializados. También destaca el peso que tiene esta opinión en las empresas relacionadas con productos cárnicos y de los establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco, con casi un quinto de respuesta.

El tamaño de los establecimientos parece ser un factor que influye a la hora de valorar la importancia de las estrategias a aplicar para aumentar la competitividad del negocio. Para los que cuentan con 1-25 trabajadores, sean autónomos o empresarios, la medida que consideran más importante es la incorporación de la venta por internet, mientras que para las empresas con 26-50 trabajadores, las estrategias más significativas son acometer una mayor especialización en los productos y la formación del personal; esta última medida es la fundamental para las empresas de mayor tamaño (más de 250 trabajadores).

Entre las actividades que coinciden en considerar que acondicionar el local es una estrategia a seguir para aumentar la competitividad, destacan comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados, el 29,6 %; el comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados, con el 25 % de estas; otro comercio al por menor en establecimientos no especializados, el 25 %; y comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco, un 18,75 %.

La actividad que mayor importancia ha concedido a la formación del personal ha sido la relacionada con los productos cosméticos en establecimientos no especializados y la de prendas de vestir.

Las empresas que prevén el mantenimiento de puestos de trabajo –en contraste con las que prevén crecimiento o decrecimiento de su personal– son las que más hacen referencia a las estrategias mencionadas, seguramente, para que sus perspectivas mejoren y puedan experimentar un cambio hacia una mayor expansión.

Otro de los aspectos planteados en el cuestionario se refiere a las innovaciones tecnológicas en desarrollo en el sector. Las innovaciones reflejadas en el siguiente gráfico representan más del 98% de las respuestas dadas por las empresas cuando se les preguntó por las principales innovaciones tecnológicas o nuevos procesos que están apareciendo en el comercio minorista.

GRÁFICO 26. PREVISIÓN DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS/ NUEVOS PROCESOS EN DESARROLLO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

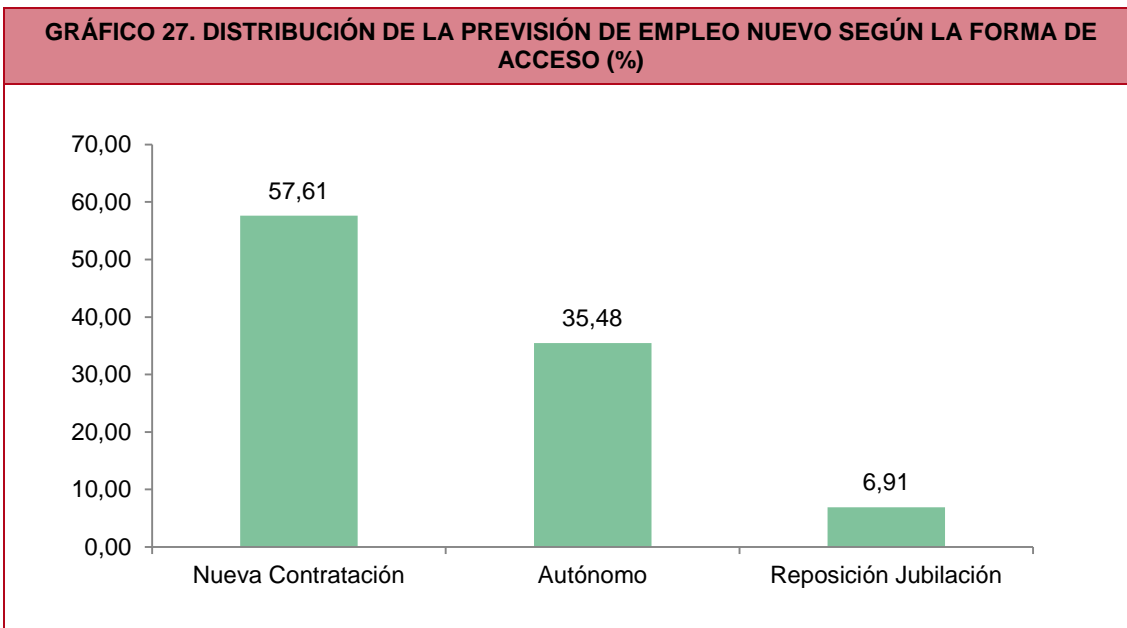
En el 50 % de las respuestas, las empresas destacan como principales innovaciones o procesos los relacionados con la presencia en redes sociales e internet para la promoción y venta, la necesidad de fomentar el uso del comercio electrónico, así como la introducción de formas novedosas de pago (uso del móvil...).

Teniendo en cuenta el tamaño de las empresas que responden a la cuestión de las innovaciones o nuevos procesos en desarrollo, comprobamos que es común a todos los tamaños de empresa, incluidos los trabajadores autónomos, la importancia de la presencia en redes sociales e internet para la promoción y venta de sus productos, así como el uso del comercio electrónico, el marketing digital o las nuevas formas de pago.

Para las empresas y los trabajadores autónomos con cinco o menos trabajadores, además de las innovaciones citadas en el párrafo anterior, son igualmente relevantes las innovaciones en terminales de venta electrónicos (TPV), las nuevas técnicas y formas de escaparatismo, la presentación de productos o el conocimiento del sistema de subvenciones, financiación y ayudas de las administraciones públicas.

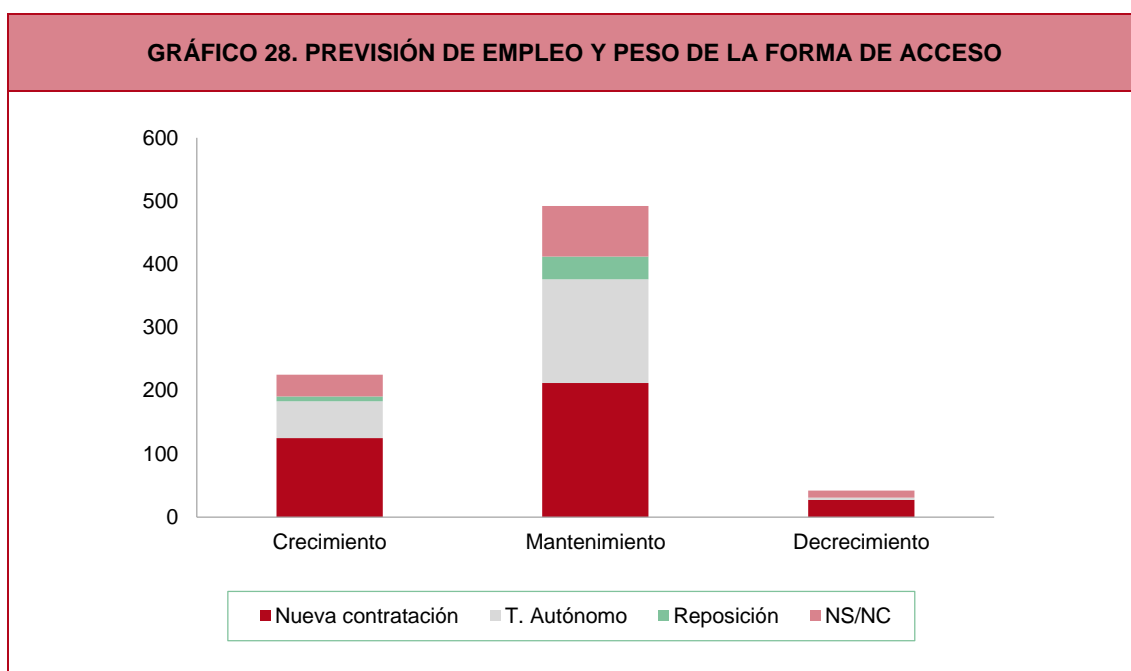
La firma y factura electrónica, la gestión de stocks, la contabilidad informatizada y los aparatos de conservación y refrigeración son también innovaciones que demandan especialmente las empresas de menos de cinco trabajadores del comercio minorista.

En relación con el procedimiento de cobertura de vacantes en aquellos establecimientos encuestados que prevén incremento de personal, los resultados indican que más de la mitad contratarán nuevos trabajadores, mientras que en torno al 35 % de los casos se tratará de incorporación de trabajadores autónomos; y solamente cerca del 7 % pretende cubrir puestos mediante sustitución de trabajadores que van a jubilarse.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

El gráfico siguiente combina la perspectiva de evolución de actividad (crecimiento, mantenimiento...), según la opinión de los encuestados, con las previsiones de aumento de plantilla, en función del sistema de provisión (contratación, incremento de autónomos, reposición).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

5.2.4. OCUPACIONES

La tabla siguiente recoge las ocupaciones que tienen mejores perspectivas de empleo en el comercio minorista según el porcentaje de respuesta de los encuestados, teniendo en cuenta distintos procedimientos de cobertura de vacantes o de creación de empleo. La letra cursiva indica las ocupaciones para las que no existe correspondencia con ningún código de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO).

TABLA 20. OCUPACIONES CON MEJORES PERSPECTIVAS DE EMPLEO. FORMAS DE ACCESO (%)

Ocupaciones	% respuestas sobre total	Formas de acceso al empleo		
		Nueva Contratación	Autónomo	Reposición Jubilación
Dependientes en tiendas y almacenes	7,85	84,00	0,00	16,00
<i>Experto en marketing digital</i>	5,97	55,26	44,74	0,00
Gestor de redes sociales (community manager)	5,81	45,95	54,05	0,00
<i>Especialista en posicionamiento digital (SEO)</i>	5,18	45,45	54,55	0,00
Técnicos de la web	4,71	56,67	43,33	0,00
<i>Gerente de comercio electrónico</i>	3,92	60,00	36,00	4,00
<i>Responsable social media</i>	3,92	48,00	52,00	0,00
<i>Especialista en marketing para buscadores (SEM)</i>	3,92	40,00	60,00	0,00
Directores comerciales y de ventas	3,61	47,83	30,43	21,74
<i>Experto en analítica web (marketing)</i>	3,30	61,90	38,10	0,00
<i>Growth hacker</i>	3,30	28,57	71,43	0,00
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	3,14	55,00	45,00	0,00
Jefes de sección de tiendas y almacenes	2,98	63,16	10,53	26,32
Técnicos en comercio exterior	2,83	83,33	16,67	0,00
Profesionales de la publicidad y la comercialización	2,67	29,41	70,59	0,00
Carniceros (dependientes)	2,51	81,25	6,25	12,50
Vendedores técnicos en general	2,20	71,43	14,29	14,29
Panaderos / pasteleros y confiteros	2,20	50,00	35,71	14,29
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	2,04	15,38	61,54	23,08
Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	1,88	50,00	41,67	8,33
Reponedores	1,73	90,91	0,00	9,09
Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	1,73	72,73	27,27	0,00
Teleoperadores	1,57	80,00	10,00	10,00
Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	1,57	60,00	10,00	30,00
Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones	1,41	33,33	66,67	0,00
Cajeros de comercio	1,26	100,00	0,00	0,00
Técnicos auxiliares de farmacia	1,26	75,00	0,00	25,00
Conductores asalariados de camiones	1,26	37,50	50,00	12,50
Agentes y representantes comerciales	1,26	37,50	62,50	0,00
Empleados administrativos comerciales en general	1,10	100,00	0,00	0,00
Operadores de carretillas elevadoras	1,10	85,71	0,00	14,29
Operadores de telemarketing	1,10	57,14	28,57	14,29
Ópticos-optometristas	1,10	42,86	42,86	14,29

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

En algunas ocupaciones, como Directores comerciales y de ventas y Jefes de sección de tiendas y almacenes, se prevé la generación de empleo principalmente como consecuencia de la reposición por jubilación; también se observa esta previsión en la ocupación de Dependientes en tiendas y almacenes, aunque este procedimiento parece ser insuficiente para cubrir las necesidades del sector, por lo que el mayor incremento de

empleo vendrá dado por nuevas contrataciones. También parece que existen necesidades de nueva contratación en ocupaciones como *Experto en marketing digital*, Gestor de redes sociales (*community manager*) y Técnicos de la web, aunque parte de las vacantes de las dos primeras, así como la de *Especialista en posicionamiento digital (SEO)* parece que, según los resultados de las encuestas, se cubrirán con trabajadores autónomos.

En los establecimientos que tienen de uno a diez trabajadores, se estima que la cobertura de vacantes de algunas ocupaciones como Cajeros de comercio, Técnicos en gestión de stocks y/o almacén, Empleados administrativos comerciales en general, Empleados de información al usuario y Promotores de venta solo se lleve a cabo mediante nuevas contrataciones. Cuando los titulares de estos establecimientos son autónomos, la contratación de nuevos trabajadores como único sistema para la cobertura de vacantes se observa principalmente en las ocupaciones de Reponedores, Técnicos auxiliares de farmacia, Vendedores técnicos en general, Directores de empresas abastecimiento/transporte/distribución y afines y Cajeros de comercio.

A continuación se presentan las ocupaciones con mejores perspectivas de crecimiento, distribuidas según los diferentes grandes grupos de ocupación de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO), indicando el peso relativo dentro del grupo y la distribución porcentual de las distintas formas de acceso al empleo por ocupación.

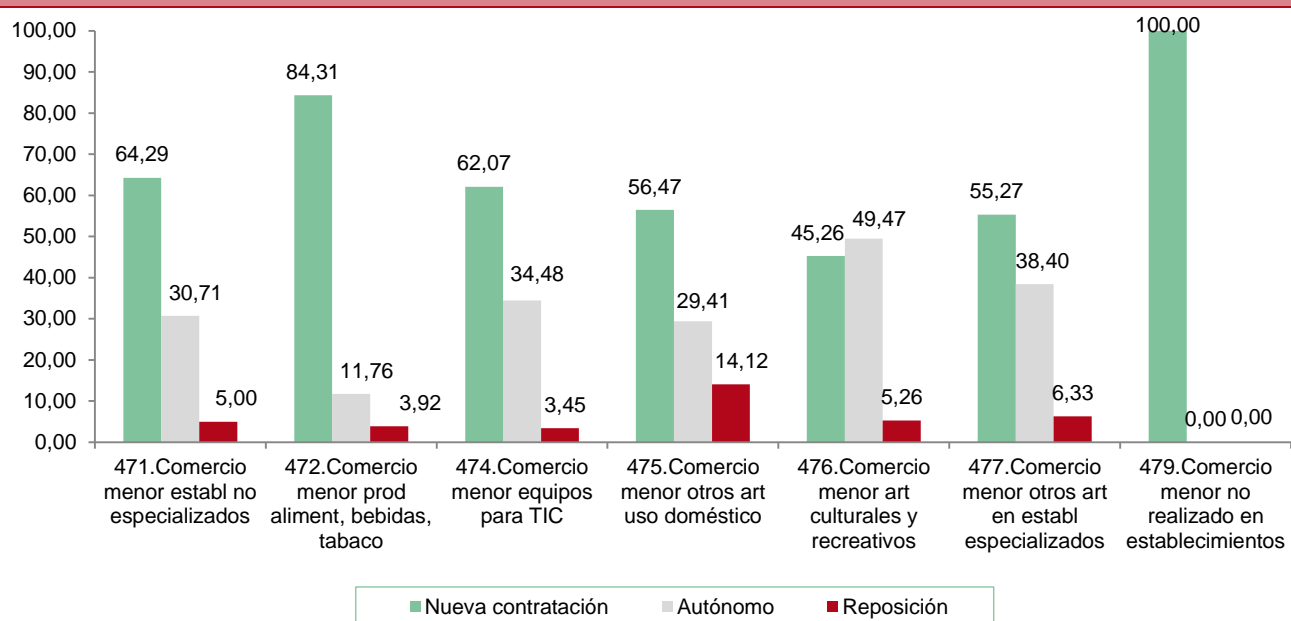
TABLA 21. OCUPACIONES CON MEJORES PERSPECTIVAS DE EMPLEO POR GRAN GRUPO OCUPACIONAL Y FORMAS DE ACCESO AL EMPLEO (%)				
Ocupaciones	% respuestas sobre total	Formas de acceso al empleo		
		Nueva Contratación	Autónomo	Reposición Jubilación
Gran Grupo 1: Directores y gerentes				
<i>Gerente de comercio electrónico</i>	3,92	60,00	36,00	4,00
Directores comerciales y de ventas	3,61	47,83	30,43	21,74
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	2,04	15,38	61,54	23,08
Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	1,73	72,73	27,27	0,00
Gran Grupo 2: Técnicos y profesionales científicos e intelectuales				
<i>Experto en marketing digital</i>	5,97	55,26	44,74	0,00
Gestor de redes sociales (<i>community manager</i>)	5,81	45,95	54,05	0,00
<i>Especialista en posicionamiento digital (SEO)</i>	5,18	45,45	54,55	0,00
<i>Especialista en marketing para buscadores (SEM)</i>	3,92	40,00	60,00	0,00
<i>Responsable social media</i>	3,92	48,00	52,00	0,00
<i>Experto en analítica web (marketing)</i>	3,30	61,90	38,10	0,00
<i>Growth hacker</i>	3,30	28,57	71,43	0,00
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	3,14	55,00	45,00	0,00
Profesionales de la publicidad y la comercialización	2,67	29,41	70,59	0,00
Vendedores técnicos en general	2,20	71,43	14,29	14,29
Gran Grupo 3: Técnicos; profesionales de apoyo				
Técnicos de la web	4,71	56,67	43,33	0,00
Técnicos en comercio exterior	2,83	83,33	16,67	0,00
Agentes y representantes comerciales	1,26	37,50	62,50	0,00
Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	0,78	100,00	0,00	0,00
Gran Grupo 4: Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina				
Gran Grupo 5: Trabajadores de servicios de restauración, personales, protección y vendedores				
Dependientes en tiendas y almacenes	7,85	84,00	0,00	16,00
Jefes de sección de tiendas y almacenes	2,98	63,16	10,53	26,32
Teleoperadores	1,57	80,00	10,00	10,00

TABLA 21. OCUPACIONES CON MEJORES PERSPECTIVAS DE EMPLEO POR GRAN GRUPO OCUPACIONAL Y FORMAS DE ACCESO AL EMPLEO (%)

Ocupaciones	% respuestas sobre total	Formas de acceso al empleo		
		Nueva Contratación	Autónomo	Reposición Jubilación
Cajeros de comercio	1,26	100,00	0,00	0,00
Técnicos auxiliares de farmacia	1,26	75,00	0,00	25,00
Empleados administrativos comerciales en general	1,10	100,00	0,00	0,00
Operadores de telemarketing	1,10	57,14	28,57	14,29
Gran Grupo 7: Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras				
Gran Grupo 8: Operadores de instalaciones y maquinaria, y montadores				
Carniceros (dependientes)	2,51	81,25	6,25	12,50
Panaderos / pasteleros y confiteros	2,20	50,00	35,71	14,29
Conductores asalariados de camiones	1,26	37,50	50,00	12,50
Operadores de carretillas elevadoras	1,10	85,71	0,00	14,29
Conductores asalariados de automóviles / taxis y furgonetas	0,94	33,33	66,67	0,00
Gran Grupo 9: Ocupaciones elementales				
Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	1,88	50,00	41,67	8,33
Reponedores	1,73	90,91	0,00	9,09
Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	1,57	60,00	10,00	30,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Según los diferentes Grandes Grupos de Ocupación, las ocupaciones con mayores perspectivas de ser cubiertas por personal autónomo son las de Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor, en el grupo 1; *Growth Hacker*, Profesionales de la publicidad y la comercialización, y *Especialista en marketing para buscadores (SEM)*, en el grupo 2; Agentes y representantes comerciales, en el grupo 3; Operadores de telemarketing, en los grupos 4 y 5; Conductores de furgonetas y Conductores de camiones, en los grupos 7 y 8; y Repartidores/recadistas y mensajeros a pie, en el grupo 9.

GRÁFICO 29. FORMAS DE ACCESO AL EMPLEO (%) POR ACTIVIDAD ECONOMICA

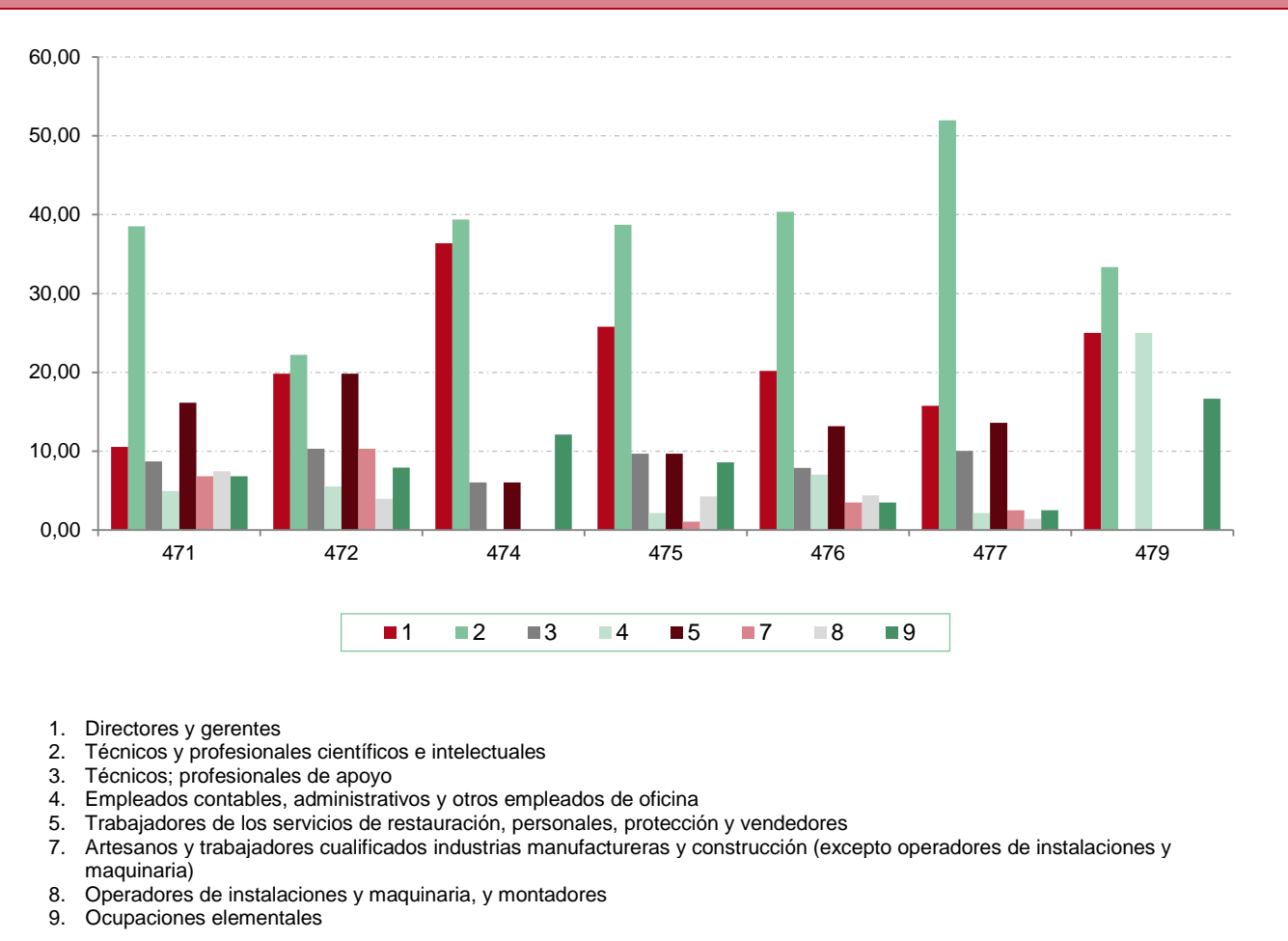
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

El grupo 476 de la CNAE (Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados) es el único en el que la incorporación de autónomos como procedimiento para la cobertura de vacantes supera al resto de los contemplados en el cuestionario. También presenta un importante peso relativo en el grupo 477 (Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados), así como en el 474 (Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados).

Por el contrario, la opción de nueva contratación es la única contemplada por los encuestados del grupo 479 de la CNAE (Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos –que incluye el comercio por internet–) y predomina en el resto de grupos de la CNAE, a excepción del 476 ya comentado, pero principalmente en el 472 (Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados).

En cuanto a actividades concretas (epígrafes de la CNAE a cuatro dígitos), las mayores previsiones de aumento del empleo se producirían en el 4771 (Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados), seguido del 4711 y del 4719 (Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con o sin predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco), así como en los establecimientos especializados de comercio al por menor enmarcados en el 4776 (de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos), del 4722 (de carne y productos cárnicos), del 4761 (de libros) y del 4777 (de artículos de relojería y joyería).

GRÁFICO 30. PREVISIÓN DE AUMENTO DEL EMPLEO POR GRANDES GRUPOS OCUPACIONALES Y ACTIVIDADES (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Las ocupaciones clasificadas en el Gran Grupo 2, y que ostentan un alto nivel de cualificación, presentan una previsión de aumento importante en todos los grupos de la CNAE estudiados, aunque destacan en el 477 (Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados), en el 476 (Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados) y en el 474 (Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados).

especializados); sin embargo, su presencia es menor en el 472 (Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados).

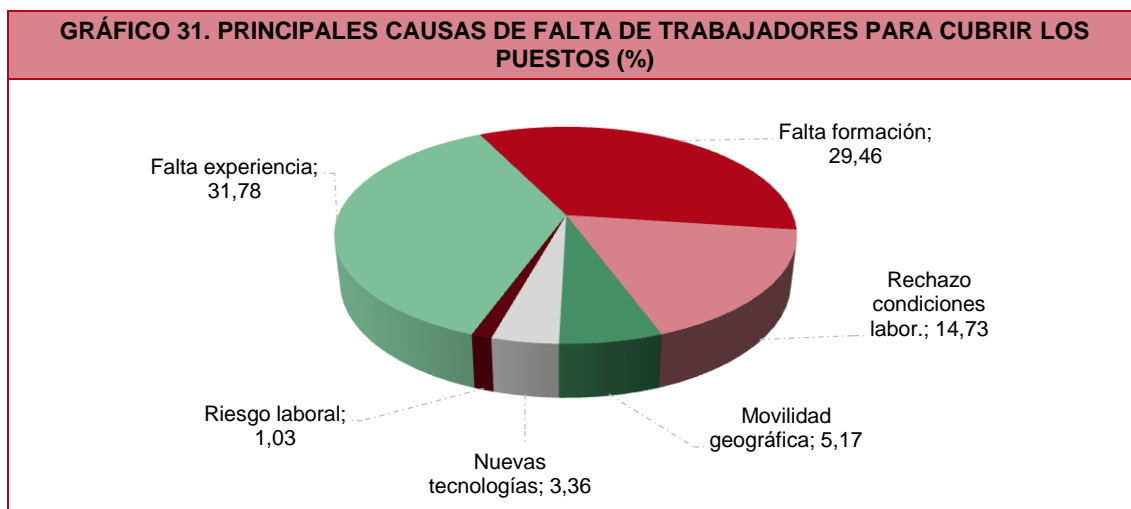
TABLA 22. OCUPACIONES CON MEJOR PREVISIÓN DE EMPLEO EN CADA ACTIVIDAD (%)								
OCUPACIONES	Grupos de actividad económica							Total
	471	472	474	475	476	477	479	
Dependientes en tiendas y almacenes	6,21	9,52	6,06	6,45	5,26	7,17	0,00	6,85
<i>Gerente de comercio electrónico</i>	3,73	7,94	18,18	7,53	5,26	6,09	8,33	6,48
<i>Experto en marketing digital</i>	6,21	3,17	3,03	5,38	3,51	7,89	0,00	5,62
Gestor de redes sociales (<i>community manager</i>)	5,59	1,59	9,09	6,45	4,39	6,09	8,33	5,26
<i>Especialista en posicionamiento digital (SEO)</i>	3,73	2,38	9,09	4,30	3,51	6,45	8,33	4,77
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	1,24	5,56	9,09	7,53	6,14	2,87	8,33	4,28
Técnicos de la web	4,97	3,17	6,06	3,23	3,51	5,02	0,00	4,28
Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	3,11	4,76	9,09	6,45	6,14	2,15	8,33	4,16
<i>Especialista en marketing para buscadores (SEM)</i>	2,48	0,79	9,09	2,15	3,51	5,02	8,33	3,55
Vendedores técnicos en general	1,24	1,59	6,06	5,38	4,39	3,94	0,00	3,30
Directores comerciales y de ventas	2,48	1,59	0,00	4,30	2,63	4,66	0,00	3,18
<i>Experto en analítica web (marketing)</i>	3,73	1,59	0,00	1,08	3,51	4,30	8,33	3,18
Responsable social media	3,11	1,59	0,00	5,38	3,51	3,58	0,00	3,18
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	3,73	3,17	3,03	2,15	1,75	3,23	0,00	2,93
Growth hacker	1,86	1,59	0,00	3,23	4,39	3,58	0,00	2,81
Profesionales de la publicidad y la comercialización	3,11	1,59	0,00	2,15	3,51	2,87	0,00	2,57
Jefes de sección de tiendas y almacenes	3,11	3,17	0,00	1,08	2,63	2,51	0,00	2,44
Técnicos en comercio exterior	3,11	2,38	0,00	0,00	1,75	3,23	0,00	2,32
Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	2,48	2,38	6,06	3,23	1,75	0,72	8,33	2,08
Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	2,48	3,17	6,06	4,30	0,00	0,72	0,00	1,96
Carniceros (dependientes)	3,11	4,76	0,00	0,00	0,88	1,08	0,00	1,83
Panaderos / pasteleros y confiteros	2,48	4,76	0,00	1,08	1,75	0,72	0,00	1,83
Reponedores	1,86	2,38	0,00	1,08	1,75	1,08	8,33	1,59
Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones	2,48	0,79	0,00	0,00	1,75	1,79	0,00	1,47
Agentes y representantes comerciales	0,62	2,38	0,00	3,23	1,75	0,72	0,00	1,34
Teleoperadores	1,86	1,59	0,00	0,00	2,63	0,72	8,33	1,34
Cajeros de comercio	2,48	1,59	0,00	1,08	1,75	0,36	0,00	1,22
Empleados administrativos comerciales en general	1,24	0,79	0,00	1,08	2,63	0,72	8,33	1,22

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

A continuación, se muestran las ocupaciones, en las que los empresarios consultados aprecian mayor dificultad para encontrar trabajadores, con independencia de la causa que la provoque.

TABLA 23. OCUPACIONES CON DIFICULTAD PARA ENCONTRAR TRABAJADORES	
OCUPACIONES	% respuestas
Dependientes en tiendas y almacenes	23,51
Carniceros (dependientes)	8,79
Vendedores técnicos en general	8,01
Panaderos / pasteleros y confiteros	5,94
Ópticos-optometristas	4,13
Agentes y representantes comerciales	3,88
<i>Experto en marketing digital</i>	3,36
Directores comerciales y de ventas	2,84
Jefes de sección de tiendas y almacenes	2,84
<i>Gerente de comercio electrónico</i>	2,58
<i>Especialista en posicionamiento digital (SEO)</i>	2,07
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	1,81
Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	1,81
Cajeros de comercio	1,55
Técnicos de la web	1,55
Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes	1,55
Gestor de redes sociales (community manager)	1,55
Agentes de compras	1,55
Profesionales de la publicidad y la comercialización	1,55
<i>Experto en analítica web (marketing)</i>	1,29
Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	1,29
Técnicos en comercio exterior	1,29
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	1,29
Visitadores médicos	1,03
Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones	1,03
<i>Especialista en marketing para buscadores (SEM)</i>	1,03
Reponedores	1,03
Montadores y ensambladores (muebles de cocina / muebles en general)	1,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Nota: No se han reflejado en el gráfico aquellas causas poco representativas (inferior al 1 %).

Las principales causas de falta de cobertura aducidas por los encuestados son la falta de experiencia y la insuficiente formación para desempeñar las funciones del puesto. En tercer lugar, indican el rechazo a las condiciones laborales del puesto.

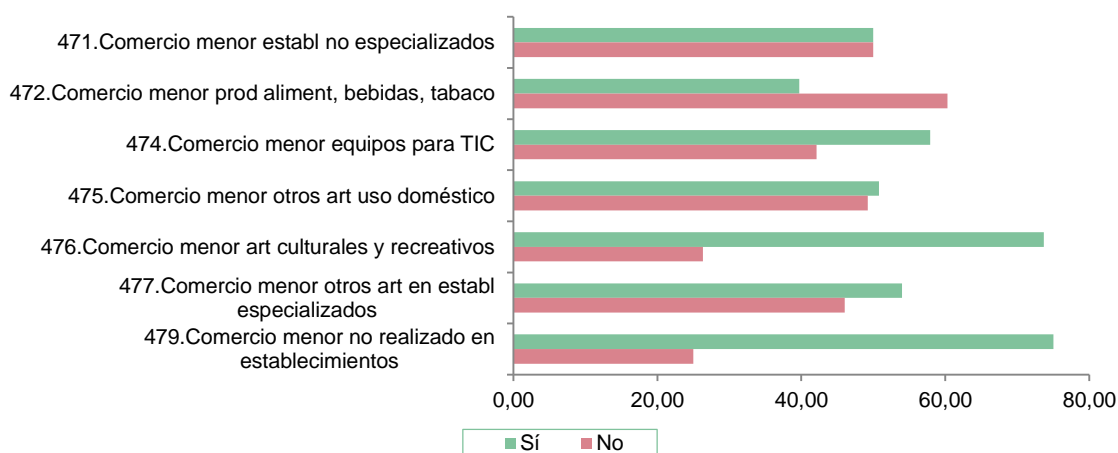
En cuanto a la aparición de nuevas ocupaciones en el sector, las empresas entrevistadas muestran una opinión generalizada de que se trataría de ocupaciones ubicadas en torno al comercio electrónico, tanto relacionadas con la venta directa, como con el análisis de la información, el marketing y las redes sociales.

También tiene cierta relevancia la aparición de puestos de trabajo especializados en el producto objeto de la venta y en otros servicios relacionados con el mismo, lo que permite ampliar la oferta comercial con actividades como el asesoramiento.

5.2.5. NECESIDADES DE FORMACIÓN

Las necesidades de formación detectadas por los representantes de los establecimientos que respondieron a los cuestionarios aplicados muestran que, en general, existen carencias formativas en la mayoría de los comercios consultados. Sin embargo, se observan diferencias según la actividad económica en la que están encuadrados.

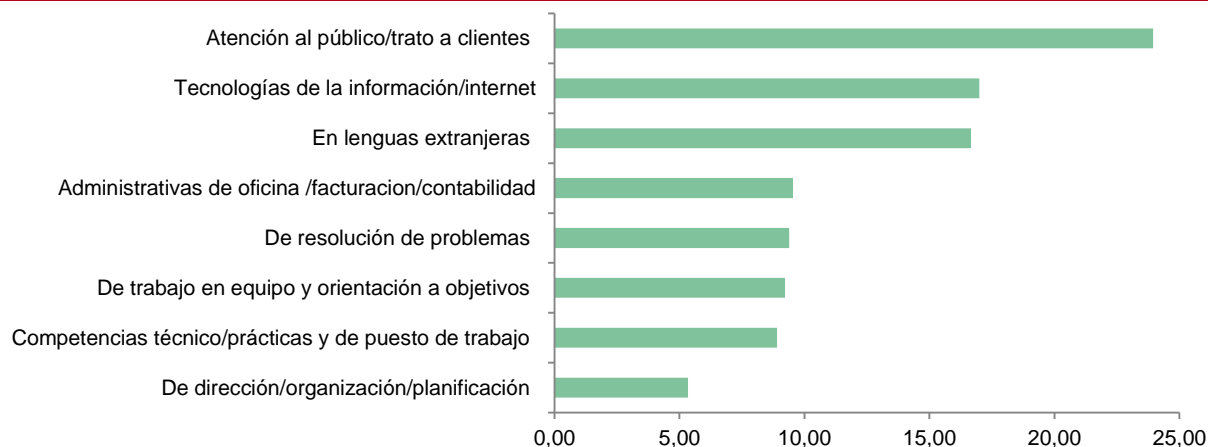
GRÁFICO 32. NECESIDADES FORMATIVAS SEGÚN ESPECIALIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

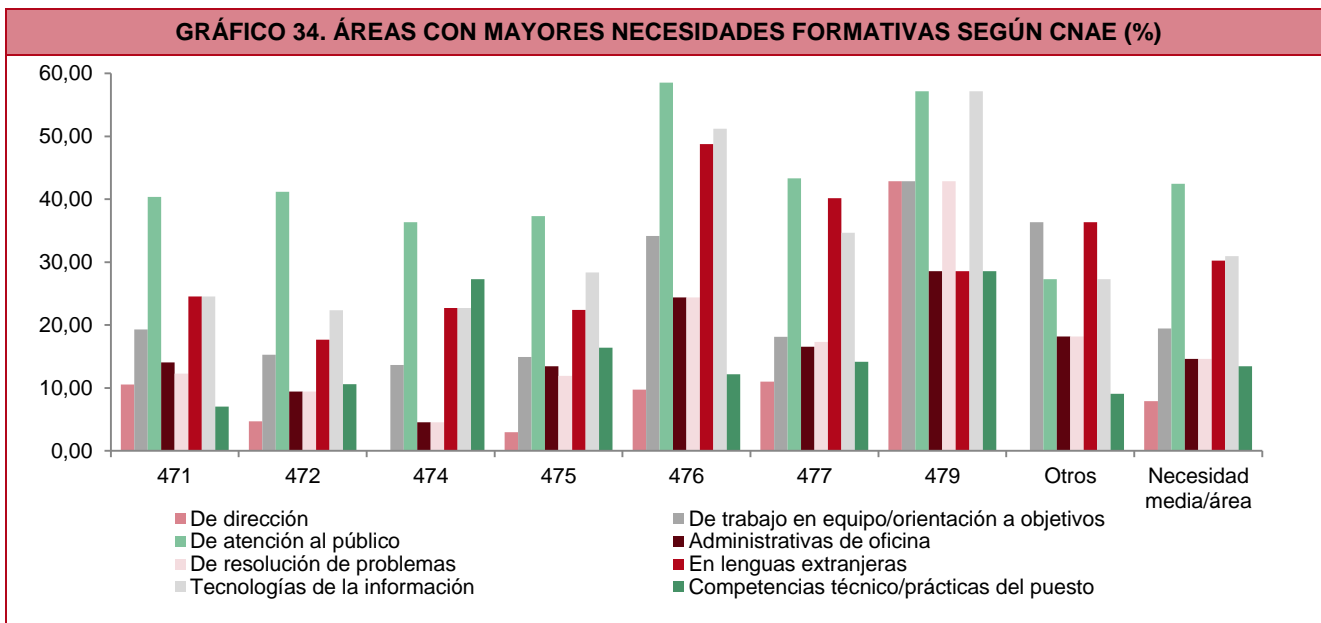
La transformación que está teniendo este sector no incide de la misma manera en todos los subsectores, destaca de forma muy clara en el comercio no realizado en establecimientos, principalmente el electrónico, esto hace que sea principalmente en este donde se perciben mayores necesidades formativas. También afecta al comercio menor de artículos culturales y recreativos, donde la venta *online* es creciente.

GRÁFICO 33. ÁREAS CON MAYORES NECESIDADES DE FORMACIÓN EN EL COMERCIO MINORISTA (%)



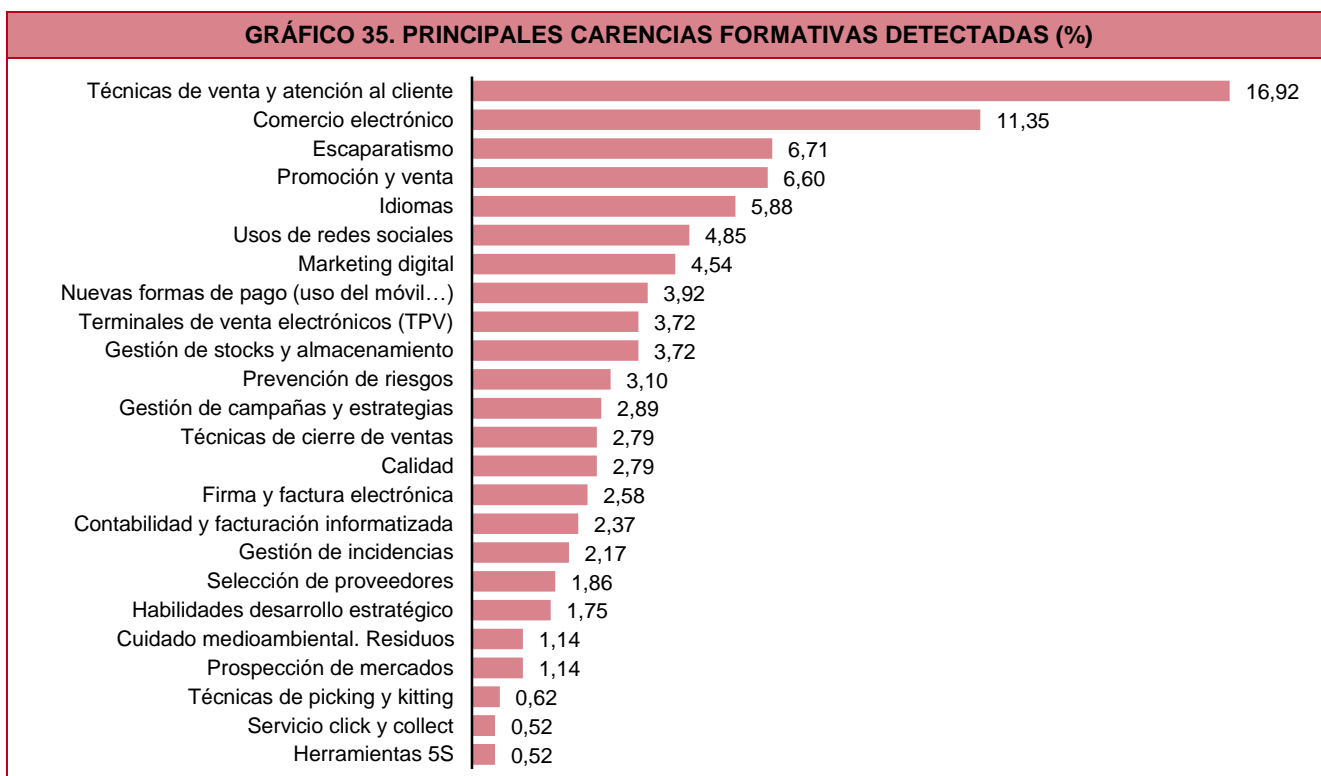
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Las áreas con mayores necesidades formativas, por tanto, son las relacionadas con la atención al público, con las tecnologías de la información, tanto en el uso de programas informáticos que afectan a la gestión en el trabajo, como de internet, con la incorporación de otras líneas de trabajo. También aparecen carencias en el área de lenguas extranjeras. En los comercios cuya actividad económica está relacionada con el comercio electrónico y el comercio no realizado en establecimientos también se detectan necesidades formativas en estas mismas áreas, aunque de forma más acusada, además de en las áreas de gestión, dirección y trabajo en equipo y orientación a objetivos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Otras actividades que muestran necesidades formativas por encima de la media del sector son las de comercio especializado en artículos culturales y recreativos, así como vestido, calzado, artículos médicos, cosmética y relojería.

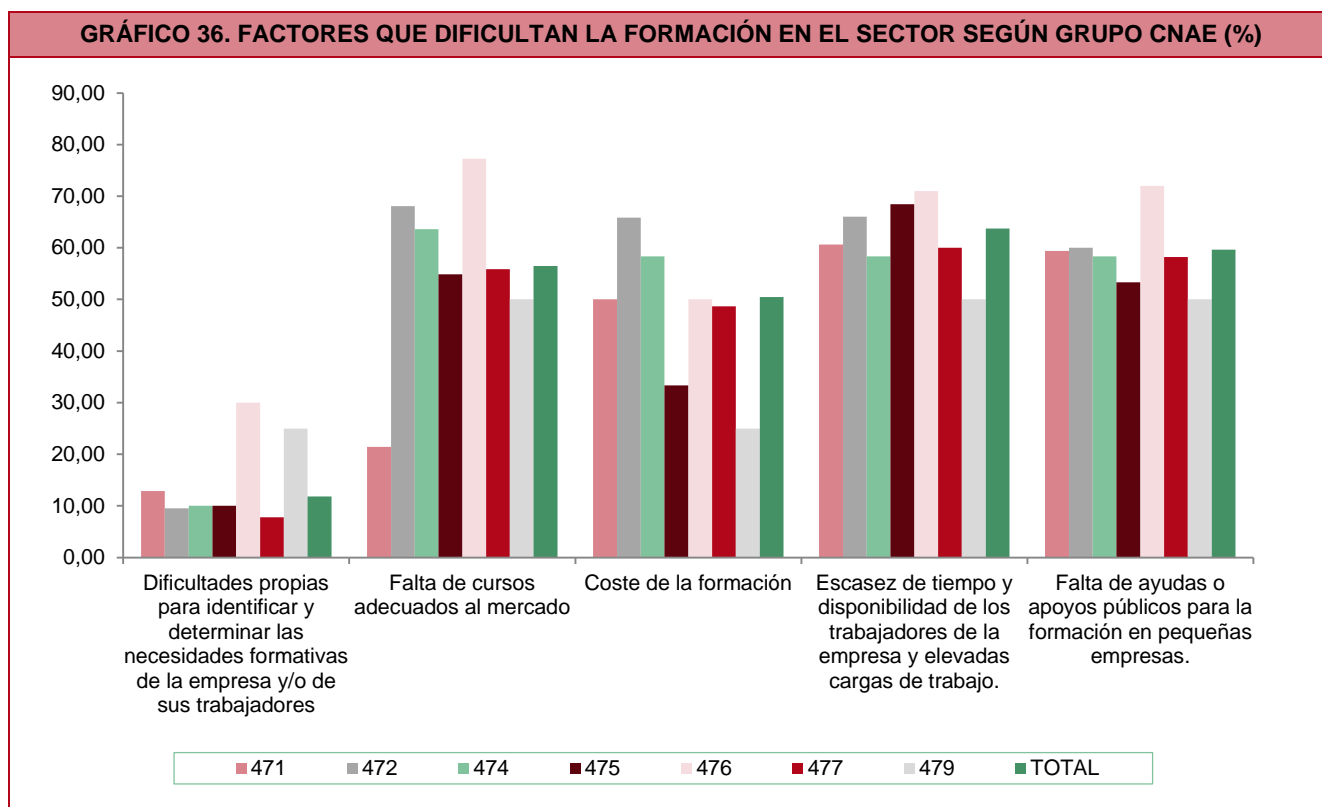


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

El gráfico anterior muestra los aspectos concretos en los que los encuestados han manifestado que detectan carencias formativas en mayor grado, ordenadas en forma decreciente.

Sin embargo, y a pesar de tener necesidades formativas, las empresas encuentran dificultades para proporcionar formación a sus trabajadores, debidas a una serie de factores.

Entre los factores que dificultan la formación en el sector, destaca la falta de cursos adecuados en el mercado. Esto es significativo en el comercio especializado de artículos culturales y recreativos y de productos alimenticios, fundamentalmente en los subsectores de carne y pescado. Sin embargo, las empresas que pertenecen a una empresa matriz o a algún modelo de organización (franquicia/cooperativa alimentaria) suelen tener formación suficiente proporcionada por la misma marca.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Otro de los factores más importantes que dificultan la formación, según los empresarios encuestados y con independencia del tamaño de la empresa, es la escasez de tiempo y disponibilidad de los trabajadores para recibir formación. En la misma línea se encuentra la falta de ayudas públicas y el coste de la formación. También los autónomos con 1 a 5 trabajadores reflejan esta misma opinión.

Se observa, además, que en torno al 10% de los establecimientos consultados tiene dificultad para identificar las necesidades formativas en sus empresas.

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
Técnicas de venta y atención al cliente	Dependientes en tiendas y almacenes	39,24
	Vendedores técnicos en general	7,59
	Carniceros (dependientes)	5,06
	Directores comerciales y de ventas	4,43
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	3,16
	Vendedores a domicilio	2,53

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes	2,53
	Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	2,53
	Gestor de redes sociales (community manager)	2,53
	Ópticos-optometristas	2,53
Comercio electrónico	Dependientes en tiendas y almacenes	21,82
	Vendedores técnicos en general	10,00
	Directores comerciales y de ventas	8,18
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	6,36
	Experto en marketing digital	6,36
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	6,36
	Gestor de redes sociales (community manager)	5,45
	Cajeros de comercio	3,64
	Jefes de sección de tiendas y almacenes	3,64
Escaparatismo	Dependientes en tiendas y almacenes	52,31
	Técnicos de la web	6,15
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	4,62
	Vendedores técnicos en general	4,62
	Gestor de redes sociales (community manager)	3,08
	Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	3,08
	Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes	3,08
	Experto en marketing digital	3,08
	Jefes de sección de tiendas y almacenes	3,08
Promoción y venta	Dependientes en tiendas y almacenes	31,25
	Vendedores técnicos en general	7,81
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	6,25
	Profesionales de la publicidad y la comercialización	4,69
	Carniceros (dependientes)	4,69
	Experto en marketing digital	4,69
	Panaderos / pasteleros y confiteros	3,13
	Técnicos de la web	3,13
	Responsable social media	3,13
	Zapateros y afines (dependientes)	3,13
	Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones	3,13
	Ópticos-optometristas	3,13
	Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	3,13
	Idiomas	Dependientes en tiendas y almacenes
Vendedores técnicos en general		8,77
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor		5,26

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Directores comerciales y de ventas	3,51
	Conductores asalariados de camiones	3,51
Usos de redes sociales	Dependientes en tiendas y almacenes	38,30
	Vendedores técnicos en general	8,51
	Experto en marketing digital	8,51
	Técnicos de la web	6,38
	Gestor de redes sociales (community manager)	6,38
	Responsable social media	4,26
	Profesionales de la publicidad y la comercialización	4,26
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	4,26
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	4,26
	Marketing digital	Dependientes en tiendas y almacenes
Gestor de redes sociales (community manager)		13,64
Experto en marketing digital		13,64
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor		6,82
Técnicos de la web		4,55
Agentes y representantes comerciales		4,55
Especialista en posicionamiento digital (SEO)		4,55
Vendedores técnicos en general		4,55
Nuevas formas de pago (uso del móvil...)	Dependientes en tiendas y almacenes	42,11
	Vendedores técnicos en general	10,53
	Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes	5,26
	Cajeros de comercio	5,26
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	5,26
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	5,26
	Gestor de redes sociales (community manager)	5,26
Terminales de venta electrónicos (TPV)	Dependientes en tiendas y almacenes	44,44
	Cajeros de comercio	11,11
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	8,33
	Vendedores técnicos en general	8,33
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	5,56
Gestión de stocks y almacenamiento	Dependientes en tiendas y almacenes	19,44
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	8,33
	Reponedores	8,33
	Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	8,33
	Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	5,56
	Jefes de sección de tiendas y almacenes	5,56
Prevención de riesgos	Dependientes en tiendas y almacenes	27,59

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Operadores de carretillas elevadoras	10,34
	Montadores y ensambladores (muebles de cocina / muebles en general)	10,34
	Conductores asalariados de automóviles / taxis y furgonetas	6,90
	Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	6,90
	Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	6,90
	Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	3,45
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	3,45
	Conductores asalariados de camiones	3,45
	Cajeros de comercio	3,45
	Reponedores	3,45
	Carniceros (dependientes)	3,45
	Vendedores técnicos en general	3,45
	Gestión de campañas y estrategias	Experto en marketing digital
Directores comerciales y de ventas		14,29
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor		10,71
Dependientes en tiendas y almacenes		10,71
Vendedores técnicos en general		7,14
Técnicos en estudios e investigaciones de mercado		3,57
Técnicos de la web		3,57
Experto en analítica web (marketing)		3,57
Teleoperadores		3,57
Técnicos en comercio exterior		3,57
Empleados de control de abastecimientos e inventario		3,57
Técnicos en gestión de stocks y/o almacén		3,57
Jefes de sección de tiendas y almacenes		3,57
Agentes y representantes comerciales		3,57
Gestor de redes sociales (community manager)		3,57
Técnicas de cierre de ventas	Dependientes en tiendas y almacenes	37,04
	Vendedores técnicos en general	14,81
	Directores comerciales y de ventas	7,41
	Panaderos / pasteleros y confiteros	3,70
	Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes	3,70
	Técnicos de la web	3,70
	Profesionales de la publicidad y la comercialización	3,70
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	3,70
	Teleoperadores	3,70
	Experto en marketing digital	3,70
	Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones	3,70

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Ópticos-optometristas	3,70
	Carniceros (dependientes)	3,70
Calidad	Dependientes en tiendas y almacenes	25,93
	Panaderos / pasteleros y confiteros	14,81
	Carniceros (dependientes)	11,11
	Directores comerciales y de ventas	11,11
	Vendedores técnicos en general	7,41
	Gerente de comercio electrónico	7,41
	Cajeros de comercio	3,70
	Ópticos-optometristas	3,70
	Zapateros y afines (dependientes)	3,70
	Montadores y ensambladores (muebles de cocina / muebles en general)	3,70
	Agentes y representantes comerciales	3,70
	Experto en marketing digital	3,70
	Contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas	Dependientes en tiendas y almacenes
Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor		21,74
Vendedores técnicos en general		17,39
Técnicos en comercio exterior		4,35
Profesionales de la publicidad y la comercialización		4,35
Vendedores técnicos de equipos y material de informática y comunicaciones		4,35
Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes		4,35
Directores comerciales y de ventas		4,35
Empleados administrativos sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes		4,35
Gestor de redes sociales (community manager)		4,35
Firma y factura electrónica	Dependientes en tiendas y almacenes	43,48
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	17,39
	Vendedores técnicos en general	13,04
	Gestor de redes sociales (community manager)	4,35
	Experto en analítica web (marketing)	4,35
	Profesionales de la publicidad y la comercialización	4,35
	Agentes y representantes comerciales	4,35
	Empleados de control de abastecimientos e inventario	4,35
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	4,35
Gestión de incidencias	Dependientes en tiendas y almacenes	38,10
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	9,52
	Directores comerciales y de ventas	9,52
	Empleados administrativos sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	4,76
	Reponedores	4,76

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	4,76
	Mozos de carga y descarga / almacén y/o mercado de abastos	4,76
	Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	4,76
	Teleoperadores	4,76
	Ópticos-optometristas	4,76
	Vendedores técnicos en general	4,76
	Operadores de telemarketing	4,76
Selección de proveedores	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	22,22
	Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	16,67
	Experto en marketing digital	11,11
	Técnicos en gestión de stocks y/o almacén	11,11
	Jefes de sección de tiendas y almacenes	5,56
	Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	5,56
	Técnicos de la web	5,56
	Carniceros (dependientes)	5,56
	Dependientes en tiendas y almacenes	5,56
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	5,56
	Experto en analítica web (marketing)	5,56
Habilidades desarrollo estratégico	Dependientes en tiendas y almacenes	17,65
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	17,65
	Gestor de redes sociales (community manager)	11,76
	Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	11,76
	Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	5,88
	Otros: En las ocupaciones del comercio en general	5,88
	Técnicos de la web	5,88
	Vendedores técnicos en general	5,88
	Directores comerciales y de ventas	5,88
	Carniceros (dependientes)	5,88
	Experto en marketing digital	5,88
Cuidado medioambiental. Residuos	Dependientes en tiendas y almacenes	27,27
	Vendedores técnicos en general	18,18
	Repartidores / recadistas y mensajeros a pie	9,09
	Reponedores	9,09
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	9,09
	Carniceros (dependientes)	9,09
	Montadores y ensambladores (muebles de cocina / muebles en general)	9,09
Prospección de mercados	Técnicos en estudios e investigaciones de mercado	40,00
	Directores comerciales y de ventas	20,00

TABLA 24. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y PRINCIPALES OCUPACIONES AFECTADAS

Carencia formativa ¹	Principales Ocupaciones	% Resp.
	Dependientes en tiendas y almacenes	10,00
	Otros: Pescaderos (dependientes)	10,00
	Carniceros (dependientes)	10,00
	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	10,00
Técnicas de picking y kitting	Dependientes en tiendas y almacenes	33,33
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	16,67
	Jefes de sección de tiendas y almacenes	16,67
	Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	16,67
Herramientas 5S	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	16,67
	Otros: Técnico en reparación de equipos	20,00
	Directores comerciales y de ventas	20,00
	Técnicos de la web	20,00
	Directores de empresas de abastecimiento / transporte / distribución y afines	20,00
	Gerente de comercio electrónico	20,00
Servicio click y collect	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor	40,00
	Especialista en posicionamiento digital (SEO)	20,00
	Cajeros de comercio	20,00
	Dependientes en tiendas y almacenes	20,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

¹ Se han ordenado de mayor a menor frecuencia. Ver [gráfico 35](#).

En determinadas ocupaciones del comercio minorista, y en ciertos casos, los encuestados consideran que los trabajadores no tienen una titulación académica reconocida, pero tienen mucha experiencia y conocimientos, de modo que podrían obtener una titulación oficial, como, por ejemplo, el Certificado de Profesionalidad.

Esto ocurre mayoritariamente, según la opinión de los consultados, en las ocupaciones de:

- Dependientes de comercio, en general
- Carniceros, pescaderos, panaderos, zapateros
- Vendedores técnicos
- Agentes comerciales
- Directores y gerentes de empresa de comercio al por menor
- Gestores de comercio

Finalmente, se recogen a continuación las observaciones de carácter general expresadas por los empresarios consultados en las que se registra una mayor coincidencia.

- En economía digital, innovación, comercio electrónico y nuevas tecnologías en el comercio minorista.

Una gran mayoría de las respuestas de los encuestados manifiesta carencias, sobre todo en el pequeño y mediano comercio, en la utilización de las herramientas de la llamada “economía digital”. La dificultad o el desconocimiento en la implementación de técnicas de *e-commerce*, marketing digital, venta *online*, pago telemático en sus diversas modalidades... que provoca una posición de desventaja competitiva (costes, precios...etc.), respecto a las grandes superficies y plataformas de venta exclusiva *online* como Amazon.

- Déficit de emprendimiento empresarial. Relevo generacional.

Las opiniones de las personas consultadas manifiestan una falta de espíritu de emprendimiento en el sector minorista, así como la necesidad de medidas que impulsen el mismo. Asimismo se refleja la preocupación por el relevo generacional del sector, ya que muchos de los encuestados manifiestan que están próximos a jubilarse y que tendrán que cerrar la empresa dado que no existe personal que les suceda en la misma; ello provoca el cierre de empresas, con el consiguiente quebranto para la economía, la vertebración de las ciudades y el empleo.

- Empleo y formación en el sector.

Otras opiniones apuntan a la falta de formación y de experiencia en el sector, tanto de empleados como de los titulares de los negocios, así como la necesidad de implantar la formación dual en el sector para adecuar la oferta formativa al mercado de trabajo, la carencia de títulos de formación profesional en el sector y certificados de profesionalidad que acredite sus competencias.

6. LA FORMACIÓN RELACIONADA CON EL SECTOR

6.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

A continuación se ofrece una panorámica de la oferta formativa del sector minorista en España, partiendo de las cualificaciones recogidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

6.1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES

De acuerdo con el código nacional de actividades económicas, el comercio minorista se concentra en una única actividad económica. Sin embargo la oferta formativa de las ocupaciones estudiadas en este sector se encuentra recogida en varias familias profesionales: Comercio y marketing, Industria alimentaria, Informática y comunicaciones y Transporte y mantenimiento de vehículos.

Es un sector configurado, en gran parte, por un alto volumen de trabajadores autónomos y un número muy elevado de empresas con menos de tres trabajadores

Como consecuencia del tamaño de las empresas, fundamentalmente, se encuentran diversos perfiles profesionales con necesidades muy diferentes, ya que en las empresas muy pequeñas la mayor parte de las tareas se concentran en un solo trabajador. En las más grandes, sin embargo, suele existir una distribución de tareas y esto influye notablemente en las necesidades formativas (más específicas en las empresas grandes).

Hay que considerar, además, que en este sector hay dos aspectos muy diferentes a tener en cuenta en el desempeño de la actividad y que también repercute en el diseño de la formación. En primer lugar es imprescindible, para trabajar en el sector, dominar la actividad propiamente comercial y lo que ello conlleva. Hay otro factor importante y tan relevante como el anterior que es el conocimiento del producto objeto de la venta. El nivel de conocimiento y dificultad no afecta a todos los productos de la misma manera.

A través de los distintos programas formativos existentes, se observa la carencia de una formación que combine ambos aspectos. Avanzar en esta dirección supondría mejorar y consolidar una actividad con gran presencia en la economía y que tiene un elevado número de trabajadores con niveles de cualificación que, en general, no responden a las necesidades reales del sector.

Los agentes implicados en el sector señalan que la formación ofrecida por la familia profesional de Comercio y marketing tiene que complementarse por formación de otras familias profesionales que ofrecen conocimientos específicos sobre los productos comercializados, así mismo ante el avance de la tecnología y el negocio electrónico existe la necesidad de adecuar y completar la formación en competencias digitales. Se observa que existen algunas ocupaciones en el comercio de productos alimentarios que en opinión de los empresarios requeriría cualificaciones, titulaciones o certificados específicos (carnicero, pescadero, etc.).

6.2. REFERENTE FORMATIVO. CUALIFICACIONES DEL SECTOR

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece el Sistema Nacional de Cualificaciones (SNCFP), entendido como el conjunto de instrumentos y acciones necesarios para promover y desarrollar la integración de las ofertas de la formación profesional, así como la evaluación y acreditación de las correspondientes competencias profesionales, de forma que se favorezca el desarrollo profesional y social de las personas y se cubran las necesidades del sistema productivo.

El SNCFP se crea para dar respuesta a las demandas de cualificación de las personas y de las empresas en una sociedad en continuo proceso de cambio e innovación. Y tiene como objetivo orientar la formación a las demandas de cualificación de las organizaciones productivas, facilitar la adecuación entre la oferta y la demanda del mercado de trabajo, extender la formación a lo largo de la vida, más allá del periodo educativo tradicional, y fomentar la libre circulación de trabajadores, por lo que cumple una función esencial en el ámbito laboral y formativo.

El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP) es el instrumento del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional que ordena las cualificaciones profesionales, susceptibles de reconocimiento y acreditación, identificadas en el sistema productivo, en función de las competencias apropiadas para el ejercicio profesional.

El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales tiene entre sus principales objetivos posibilitar la integración de las ofertas de formación profesional, adecuándolas a las características y demandas del sistema productivo, y servir de referente para evaluar las competencias profesionales. Comprende las cualificaciones profesionales más significativas del sistema productivo español, e incluye el contenido de la formación profesional asociada a cada cualificación, con una estructura de módulos formativos articulados en un Catálogo Modular de Formación Ocupacional (CMFP).

Las cualificaciones profesionales que integran el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales se ordenan por familias profesionales y por niveles de cualificación teniendo en cuenta criterios de la UE. Las 26 familias profesionales en las que se estructura corresponden a criterios de afinidad de la competencia profesional.

Los cinco niveles de cualificación profesional establecidos atienden a la competencia requerida por las actividades productivas con arreglo a criterios de conocimientos, iniciativa, autonomía, responsabilidad y complejidad, entre otros, de la actividad desarrollada.

Nivel 1: Competencia en un conjunto reducido de actividades de trabajo relativamente simples correspondientes a procesos normalizados, siendo los conocimientos teóricos y las capacidades prácticas a aplicar limitados.

Nivel 2: Competencia en un conjunto de actividades profesionales bien determinadas con la capacidad de utilizar los instrumentos y técnicas propias, que concierne principalmente a un trabajo de ejecución que puede ser autónomo en el límite de dichas técnicas. Requiere conocimientos de los fundamentos técnicos y científicos de su actividad y capacidades de comprensión aplicación del proceso.

Nivel 3: Competencia en un conjunto de actividades profesionales que requieren el dominio de diversas técnicas y puede ser ejecutado de forma autónoma. Comporta responsabilidad de coordinación y supervisión de trabajo técnico y especializado. Exige la comprensión de los fundamentos técnicos y científicos de las actividades y la evaluación de los factores del proceso y de sus repercusiones económicas.

La cualificación profesional es el conjunto de competencias profesionales con significación para el empleo que pueden ser adquiridas mediante formación modular y otros tipos de formación, así como a través de la experiencia laboral.

6.2.1. CUALIFICACIONES PROFESIONALES DEL SECTOR

A continuación se relacionan las cualificaciones profesionales incluidas en las familias vinculadas al sector de comercio minorista.

TABLA 25. CUALIFICACIONES PROFESIONALES RELACIONADAS CON EL COMERCIO MINORISTA

Código	Cualificaciones Profesionales. Denominación	Nivel	Legislación
Comercio y marketing			
COM411_1	Actividades auxiliares de almacén	1	RD 1179/2008
COM412_1	Actividades auxiliares de comercio	1	RD 1179/2008
COM085_2	Actividades de venta	2	RD 109/2008 RD 295/2004
COM631_2	Actividades de gestión del pequeño comercio	2	RD 889/2011
COM087_3	Atención al cliente, consumidor y usuario.	3	RD 295/2004
COM313_3	Control y formación en consumo.	3	RD 109/2008 RD 295/2004
COM088_3	Tráfico de mercancías por carretera	3	RD 109/2008 RD 295/2004
COM158_3	Implantación y animación de espacios comerciales	2	RD 1087/2005
COM312_3	Asistencia a la investigación de mercados	2	RD 109/2008
COM313_3	Control y formación en consumo.	2	RD 109/2008
COM314_3	Gestión comercial de ventas	2	RD 109/2008
COM315_3	Gestión y control del aprovisionamiento	3	RD 109/2008
COM317_3	Organización del transporte y la distribución	3	RD 109/2008
COM318_3	Organización y gestión de almacenes.	3	RD 109/2008
COM623_3	Tráfico de viajeros por carretera	3	RD 1038/2011
COM650_3	Gestión comercial inmobiliaria	3	RD 1550/2011
COM651_3	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	3	RD 1550/2011
COM652_3	Gestión de marketing y comunicación	3	RD 1550/2011
COM652_3	Gestión de marketing y comunicación	3	RD 1550/2011
Industria alimentaria			
INA015_2	Panadería y bollería.	2	RD 295/2004
INA104_2	Carnicería y elaboración de productos cárnicos	2	RD 1087/2005
INA107_2	Pastelería y confitería	2	Orden PRA/1883/2016 RD 1087/2005
INA109_2	Pescadería y elaboración de productos de la pesca y de la acuicultura	2	RD 1087/2005
Informática y comunicaciones			
IFC297_2	Confección y publicación de páginas web	2	Orden PRE/1636/2015 RD 1201/2007
IFC154_3	Desarrollo de aplicaciones con tecnologías web	3	Orden PRE/1636/2015 RD 1087/2005
IFC304_3	Sistemas de gestión de información	3	RD 1201/2007
Instalación y mantenimiento			
TMV455_2	Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera	2	RD 1225/2010
TMV456_2	Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas	2	RD 1225/2010

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. INCUAL. Junio 2017.

6.3. LA FORMACIÓN PROFESIONAL

En un mercado global, con un elevado grado de competitividad e incertidumbre, una normativa mundial cambiante, movimientos demográficos constantes, rápidos cambios tecnológicos, exigencia continua de nuevas necesidades de capacidades y destrezas para la adecuación a las empresas y el surgimiento de nuevos yacimientos de empleo, no debe extrañar una constante actualización de la Formación Profesional (FP) que evite que los educadores y empleadores vivan en universos paralelos.

La Formación Profesional en España está integrada por:

- La Formación Profesional Inicial o Reglada, que depende del [Ministerio de Educación, Cultura y Deporte](#) y de las Comunidades Autónomas.
- La Formación Profesional para el Empleo, vinculada al Ministerio de Empleo y Seguridad Social y a las Comunidades Autónomas.

6.3.1. FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

Las enseñanzas de Formación Profesional del Sistema Educativo se ordenan en:

- Títulos de Formación Profesional Básica
- Títulos de Formación Profesional de Grado medio
- Títulos de Formación Profesional de Grado Superior
- Cursos de especialización

Estas enseñanzas responden a un perfil profesional, permiten la mejora de una cualificación profesional o la preparación para el ejercicio de otras profesiones, se estructuran en módulos profesionales de duración variable y se organizan de manera que permiten la conciliación del aprendizaje de las personas con circunstancias sociales, laborales o familiares.

TABLA 26. TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA

Comercio y marketing			
Formación profesional básica	Legislación	Currículo	
Título Profesional Básico en Servicios Comerciales	Real Decreto 127/2014		CCAA
Formación profesional grado medio	Legislación	Currículo	
Técnico en Actividades Comerciales	Real Decreto 1688/2011	Orden ECD/73/2013	CCAA
Formación profesional grado superior	Legislación	Currículo	
Técnico Superior en Comercio Internacional	Real Decreto 1574/2011	Orden ECD/319/2012	CCAA
Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales	Real Decreto 1573/2011	Orden ECD/320/2012	CCAA
Técnico Superior en Marketing y Publicidad	Real Decreto 1571/2011	Orden ECD/329/2012	CCAA
Técnico Superior en Transporte y Logística	Real Decreto 1572/2011	Orden ECD/330/2012	CCAA
Informática y comunicaciones			
Formación profesional básica	Legislación	Currículo	
Título Profesional Básico en Informática de Oficina	Real Decreto 356/2014	Orden ECD/1633/2014	CCAA
Título Profesional Básico en Informática y Comunicaciones	Real Decreto 127/2014	Orden ECD/1030/2014	CCAA

TABLA 26. TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA

TABLA 26. TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA			
Formación profesional grado medio	Legislación	Currículo	
Técnico en Sistemas Microinformáticos y Redes	Real Decreto 1691/2007	Orden EDU/2187/2009	CCAA
Formación profesional grado superior	Legislación	Currículo	
Técnico Superior en Administración de Sistemas Informáticos en Red	Real Decreto 1629/2009	Orden EDU/392/2010	CCAA
Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma	Real Decreto 450/2010	Orden EDU/2000/2010	CCAA
Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web	Real Decreto 686/2010	Orden EDU/2887/2010	CCAA
Industrias alimentarias			
Formación profesional básica	Legislación	Currículo	
Título Profesional Básico en Actividades de Panadería y Pastelería	Real Decreto 774/2015	Orden ECD/648/2016	CCAA
Formación profesional grado medio	Legislación	Currículo	
Técnico en Panadería, Repostería y Confitería	Real Decreto 1399/2007	Orden ESD/3389/2008	CCAA
Formación profesional grado superior	Legislación	Currículo	
Técnico Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria	Real Decreto 451/2010	Orden EDU/2001/2010	CCAA
Transporte y mantenimiento de vehículos			
Formación profesional grado medio	Legislación	Currículo	
Técnico en Conducción de Vehículos de Transporte por Carretera	Real Decreto 555/2012	Orden ECD/75/2013	CCAA
Formación profesional grado superior	Legislación	Currículo	
Técnico Superior en Automoción	Real Decreto 1796/2008	Orden EDU/2199/2009	CCAA

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Junio 2017.

6.3.2. FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO

El Sistema de Formación para el Empleo tiene la misión de formar y capacitar a las personas para el trabajo y actualizar sus competencias y conocimientos a lo largo de su vida profesional.

La Formación Profesional comprende el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica. Incluye las enseñanzas propias de la formación profesional inicial, las acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores, así como las orientadas a la formación continua en las empresas, que permitan la adquisición y actualización permanente de las competencias profesionales conforme a la [Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional](#).

Dentro de esta definición, la Formación Profesional en el ámbito laboral, denominada Formación Profesional para el Empleo, se encuadra en todo lo correspondiente a las acciones de inserción y reinserción laboral, así como la formación de los trabajadores promoviendo una mayor adaptabilidad a las necesidades del mercado de trabajo.

Actualmente, el marco normativo es la [Ley 30/2015](#), de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

Tiene por objeto organizar las distintas iniciativas de formación que configuran el subsistema de formación profesional para el empleo en el ámbito laboral, así como su estructura organizativa, la función permanente

detección y prospección de las necesidades formativas del sistema productivo, el control de la formación y el régimen sancionador, un sistema integrado de información, evaluación y calidad y la participación institucional.

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

A continuación, se incluyen los certificados de profesionalidad relacionados con el comercio minorista.

TABLA 27. CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA			
Familia profesional: Comercio y marketing			
COMV0108	2	Actividades de venta	RD 1377/2008 RD 1522/2011
COMT0112	2	Actividades de gestión del pequeño comercio	RD 614/2013 RD 982/2013
COML0109	3	Tráfico de mercancías por carretera	RD 642/2011
COML0211	3	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	RD 614/2013
COMM0110	3	Marketing y compraventa internacional	RD 1522/2011
COMM0112	3	Gestión de marketing y comunicación	RD 614/2013
COMP0108	3	Implantación y animación de espacios comerciales	RD 1377/2008
COMT0110	3	Atención al cliente, consumidor o usuario	RD 1522/2011
COMT0210	3	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	RD 1522/2011
COMT0211	3	Actividades auxiliares de comercio	RD 1694/2011
COMT0411	3	Gestión comercial de ventas	RD 1694/2011
Familia profesional: Industria alimentaria			
INAD0108	1	Operaciones auxiliares de mantenimiento y transporte interno de la industria alimentaria	RD 646/2011
INAF0108	2	Panadería y bollería	RD 1380/2009
INAF0109	2	Panadería y bollería	RD 646/2011
INAI0108	2	Carnicería y elaboración de productos cárnicos	RD 1380/2009
INAI0109	2	Industrias cárnicas	RD 646/2011
INAI0208	2	Sacrificio, faenado y despiece de animales	RD 646/2011 RD 990/2013
INAJ0109	2	Pescadería y elaboración de productos de la pesca y acuicultura	RD 646/2011
Familia profesional: Informática y comunicaciones			
IFCD0110	2	Confección y publicación de páginas web	RD 1531/2011 RD 628/2013
IFCD0210	3	Desarrollo de aplicaciones con tecnología web	RD 1531/2011 RD 628/2013
IFCD0211	3	Sistemas de gestión de información	RD 628/2013
Familia profesional: Transporte y mantenimiento de vehículos			
TMVI0208	2	Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera	RD 539/2011
TMVI0112	2	Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas	RD 626/2013

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Servicio Público de Empleo Estatal. Junio 2017.

6.3.3. OTRAS INICIATIVAS DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

Estas iniciativas se refieren a cada uno de los tipos de formación profesional para el empleo dirigidos a dar respuesta inmediata a las distintas necesidades individuales y del sistema productivo.

Existen tres tipos:

- **Formación programada por las empresas para sus trabajadores.**
- **Oferta formativa de las administraciones competentes para trabajadores ocupados**, constituida por los programas de formación sectoriales y los programas de formación transversales, así como los programas de cualificación y reconocimiento profesional.
- **Oferta formativa de las administraciones competentes para trabajadores desempleados**, que incluye los programas de formación dirigidos a cubrir las necesidades detectadas por los servicios públicos de empleo, los programas específicos de formación y los programas formativos con compromisos de contratación

Las iniciativas de formación profesional para el empleo así como las acciones formativas que las integran, están dirigidas a la adquisición, mejora y actualización permanente de las competencias y cualificaciones profesionales, favoreciendo la formación a lo largo de toda la vida de la población activa, y conjugando las necesidades de las personas, de las empresas, de los territorios y de los sectores productivos.

FORMACIÓN PROGRAMADA POR LAS EMPRESAS PARA SUS TRABAJADORES

De los trabajadores formados por las empresas a través del sistema de bonificaciones a la seguridad social, el 8,48% pertenecía al sector del comercio minorista.

Si se considera el sector de una forma globalizada, se observa que el año 2016 acabó con un aumento del número de trabajadores formados, ligeramente por encima del incremento que tuvo el conjunto de sectores del país.

A pesar de este dato positivo, no todos los subsectores del comercio tuvieron el mismo comportamiento, fue la actividad de comercio en establecimientos especializados con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco la que ha incrementado más la formación de sus trabajadores (21,25%), principalmente en los centros de trabajo que tienen un mayor volumen de trabajadores. En la mayor parte de las actividades comerciales ha disminuido la formación.

El tamaño de las empresas parece ser un factor condicionante en la formación. En general son las empresas de mayor tamaño las que más aumentaron la formación en el último año, aunque en el sector comercio este crecimiento sólo se produjo en las empresas con más de 4.999 trabajadores y en las que tienen entre 500 y 1.000 trabajadores. En el resto de empresas del sector disminuyó la formación y lo hizo de forma más acusada que en el conjunto de las actividades económicas.

Si se tiene en cuenta las familias profesionales en las que se forman los trabajadores del sector, es en la familia de comercio y *marketing* donde se concentra la mayor parte de la formación, principalmente en las áreas profesionales de compraventa.

Además de la formación puramente comercial y de atención al cliente, los trabajadores del sector reciben formación en una gran variedad de especialidades, principalmente las relacionadas con el conocimiento más profundo del producto objeto de su negocio, como se deduce de la diversidad de áreas profesionales en las que se han formado los profesionales de este sector.

En cuanto a la categoría profesional, más de la mitad de la formación se dirigió a los trabajadores cualificados, el segundo grupo en importancia, aunque a mayor distancia, fue el de los trabajadores con baja cualificación, aunque en este último grupo ha disminuido notablemente respecto a la que tuvo en 2015 de los sectores productivos.

TABLA 28. CERTIFICADOS FORMACIÓN DE DEMANDA 2016. TRABAJADORES FORMADOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA

CNAE	Especialidad	Nº Trabajadores formados	% var 2016/15
4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco	156.285	21,15
4719	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados	38.900	2,44
4721	Comercio al por menor de frutas y hortalizas en establecimientos especializados	4.344	-13,43
4722	Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados	4.921	-36,68
4723	Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados	1.221	-38,40
4724	Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados	7.385	-22,07
4725	Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados	1.236	41,26
4729	Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados	10.155	14,02
4741	Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados	1.526	3,39
4742	Comercio al por menor de equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados	5.087	-10,08
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados	199	11,80
4751	Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados	2.278	-29,69
4752	Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados	12.870	7,17
4753	Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos en establecimientos especializados	6.017	-7,79
4754	Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos en establecimientos especializados	1.814	-55,87
4759	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	3.657	4,73
4761	Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados	1.756	1,44
4762	Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados	512	-18,08
4763	Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	9	-40,00
4764	Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados	7.823	-7,56
4765	Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados	1.148	-5,82
4771	Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados	22.283	-7,15
4772	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero en establecimientos especializados	2.785	-13,94
4774	Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados	3.481	-2,00
4775	Comercio al por menor de productos cosméticos e higiénicos en establecimientos especializados	5.355	4,49
4776	Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos en establecimientos especializados	2.277	-8,41
4777	Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados	2.207	20,93
4778	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	8.388	-1,71
4779	Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimientos especializados	772	-24,24
4791	Comercio al por menor por correspondencia o Internet	1.267	-5,59
4799	Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	1.410	20,72
Total		319.368	5,74

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 29. CERTIFICADOS FORMACIÓN DE DEMANDA 2016. TRABAJADORES FORMADOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y TAMAÑO DE LA EMPRESA										
CNAE	Nº Trabajadores en la empresa									
	1-5	6-9	10-49	50-99	100-249	259-499	500-999	1000-4999	>4999	Otras
4711	2.767	894	3.355	1.464	1.895	5.333	6.570	20.039	113.968	0
4719	2.601	824	3.697	1.093	873	435	1.931	2.179	25.267	0
4721	1.230	267	914	187	557	0	1.189	0	0	0
4722	2.548	461	1.346	322	215	29	0	0	0	0
4723	675	157	233	53	103	0	0	0	0	0
4724	2.349	821	2.224	926	697	173	195	0	0	0
4725	228	71	128	0	117	277	415	0	0	0
4729	1.441	349	533	172	182	511	0	1.931	5.036	0
4741	421	141	533	188	37	206	0	0	0	0
4742	566	230	1.098	429	200	384	1.431	749	0	0
4743	73	9	117	0	0	0	0	0	0	0
4751	693	125	231	91	268	585	0	285	0	0
4752	1.830	573	1.417	160	377	0	446	2.885	5.182	0
4753	663	274	733	92	79	149	586	44	3.397	0
4754	447	105	327	821	103	11	0	0	0	0
4759	1.183	303	714	160	506	40	403	348	0	0
4761	545	109	289	141	188	0	165	319	0	0
4762	375	45	92	0	0	0	0	0	0	0
4763	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4764	421	93	588	169	393	961	592	801	3.805	0
4765	156	32	155	33	88	83	601	0	0	0
4771	2.435	350	1.201	735	1.225	1.019	1.955	5.166	8.197	0
4772	731	169	597	168	282	525	0	313	0	0
4774	629	166	542	376	84	424	0	1.260	0	0
4775	508	68	434	82	1.094	820	873	1.476	0	0
4776	1.074	198	396	135	222	96	156	0	0	0
4777	555	128	340	154	435	97	498	0	0	0
4778	2.158	667	1.756	439	406	74	2.181	707	0	0
4779	112	87	316	1	137	108	11	0	0	0
4791	102	25	457	133	67	483	0	0	0	0
4799	179	43	265	104	504	93	220	0	0	2
Total	29.704	7.784	25.028	8.828	11.334	12.916	20.418	38.502	164.852	2

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 30. CERTIFICADOS FORMACIÓN DE DEMANDA 2016. TRABAJADORES FORMADOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA					
Tamaño de la empresa (nº trabajadores)	Sector Comercio			Total Sectores	
	Trabajadores formados	% var. 2016/15	% sobre total sectores	Trabajadores formados	% var. 2016/15
1-5	29.704	-30,81	11,39	260.764	-24
6-9	7.784	-19,92	6,74	115.519	-13,3
10-49	25.028	-9,28	4,33	577.754	-1,37
50-99	8.828	-15,36	2,75	320.497	9,45
100-249	11.334	-6,1	2,54	446.018	9,49
259-499	12.916	-2,29	4,36	296.292	12,86
500-999	20.418	19,57	6,60	309.520	21,71
1000-4999	38.502	-4,23	6,11	629.880	12,34
>4999	164.852	27,99	20,34	810.662	10,01
Otras	2		2,20	91	1.720,00
Totales	319.368	5,74	8,48	3.766.997	5,32

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 31. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016 SEGÚN FAMILIA PROFESIONAL			
Contenidos formativos según familia profesional	Participantes	% sobre total	% var 2016/15
Administración y gestión	52.308	16,38	18,46
Actividades físicas y deportivas	14	0,00	-81,58
Agraria	863	0,27	-16,13
Artes gráficas	584	0,18	-41,95
Artes y artesanías	700	0,22	246,53
Comercio y marketing	145.181	45,46	11,38
Electricidad y electrónica	242	0,08	54,14
Energía y agua	81	0,03	-32,50
Edificación y obra civil	1.388	0,43	-4,80
Formación complementaria	15.828	4,96	-17,01
Fabricación mecánica	433	0,14	-57,47
Hostelería y turismo	1.573	0,49	-35,95
Industrias extractivas	6	0,00	200,00
Informática y comunicaciones	14.917	4,67	-9,32
Instalación y mantenimiento	656	0,21	-4,37
Imagen personal	3.505	1,10	21,62
Imagen y sonido	327	0,10	-46,39
Industrias alimentarias	35.800	11,21	-8,00
Madera, mueble y corcho	209	0,07	46,15
Marítimo-pesquera	155	0,05	7.650,00
Química	17	0,01	-58,54
Sanidad	1.783	0,56	-46,60
Seguridad y medio ambiente	27.747	8,69	-1,40

TABLA 31. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016 SEGÚN FAMILIA PROFESIONAL			
Contenidos formativos según familia profesional	Participantes	% sobre total	% var 2016/15
Servicios socioculturales y a la comunidad	10.111	3,17	50,01
Textil, confección y piel	2.932	0,92	86,28
Transporte y mantenimiento de vehículos	1.976	0,62	39,75
Vidrio y cerámica	32	0,01	700,00
Total trabajadores formados del sector	319.368	100,00	5,74

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 32. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016. CONTENIDOS FORMATIVOS SEGÚN ÁREA PROFESIONAL		
Contenidos formativos	Participantes	% sobre total
Compraventa	128.148	40,13
Administración y auditoría	37.176	11,64
Alimentos diversos	32.204	10,08
Seguridad y prevención	27.524	8,62
Sistemas y telemática	14.075	4,41
Gestión de la información y comunicación	13.530	4,24
Lenguas extranjeras	11.690	3,66
Marketing y relaciones públicas	9.386	2,94
Logística comercial y gestión del transporte	7.647	2,39
Formación y educación	5.158	1,62
Competencias clave	3.930	1,23
Atención social	3.691	1,16
Estética	3.478	1,09
Confección en textil y piel	2.919	0,91
Conducción de vehículos por carretera	1.752	0,55
Cárnicas	1.705	0,53
Finanzas y seguros	1.601	0,50
Restauración	1.529	0,48
Servicios y productos sanitarios	1.308	0,41
Actividades culturales y recreativas	1.229	0,38
Albañilería y acabados	1.150	0,36
Productos de la pesca	1.050	0,33
Agricultura	744	0,23
Panadería, pastelería, confitería y molinería	648	0,20
Joyería y orfebrería	609	0,19
Desarrollo	475	0,15
Atención sanitaria	472	0,15
Diseño gráfico y multimedia	412	0,13
Montaje y mantenimiento de instalaciones	388	0,12
Comunicaciones	367	0,11
Producción mecánica	322	0,10

TABLA 32. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016. CONTENIDOS FORMATIVOS SEGÚN ÁREA PROFESIONAL		
Contenidos formativos	Participantes	% sobre total
Producciones fotográficas	260	0,08
Gestión ambiental	223	0,07
Electromecánica de vehículos	213	0,07
Frío y climatización	212	0,07
Instalaciones eléctricas	179	0,06
Lácteos	168	0,05
Acuicultura	154	0,05
Transformación madera y corcho	154	0,05
Lenguas y dialectos españoles	127	0,04
Maquinaria de construcción	124	0,04
Proyectos y seguimiento de obras	113	0,04
Jardinería	105	0,03
Aspectos medioambientales	81	0,03
Artes escénicas	78	0,02
Edición	78	0,02
Producción audiovisual	66	0,02
Equipos electrónicos	63	0,02
Construcciones metálicas	58	0,02
Preimpresión	56	0,02
Instalación y amueblamiento	54	0,02
Maquinaria y equipo industrial	53	0,02
Operaciones mecánicas	51	0,02
Energía eléctrica	50	0,02
Servicios al consumidor	33	0,01
Fabricación cerámica	31	0,01
Peluquería	27	0,01
Bebidas	22	0,01
Juegos de azar	21	0,01
Transformación y conversión en industrias gráficas	18	0,01
Alojamiento	16	0,01
Agua	15	0,00
Ganadería	14	0,00
Actividades físico deportivas recreativas	13	0,00
Energías renovables	13	0,00
Actividades y técnicas gráficas artísticas	12	0,00
Artesanía tradicional	11	0,00
Proceso químico	11	0,00
Resto especialidades	74	0,02
Total trabajadores formados del sector	319.368	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 33. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016 SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL

Categoría profesional	Comercio minorista			Total sectores		
	Participantes	% var 2016/15	% sobre total	Participantes	% var 2016/15	% sobre total
Directivo	9.781	18,06	3,06	144.876	10,55	3,85
Mando intermedio	31.902	9,90	9,99	399.574	8,40	10,61
Técnico	34.293	15,82	10,74	802.087	10,08	21,29
Trabajador cualificado	171.486	5,19	53,70	1.612.101	5,10	42,80
Trabajador con baja cualificación	71.906	-0,26	22,52	808.359	-0,76	21,46
Totales	319.368	5,74	100,00	3.766.997	5,32	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

TABLA 34. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016 SEGÚN PROVINCIA

Provincia	Sector comercio minorista			Total Sectores		
	Participantes	% var 2016/15	% sobre total	Participantes	% var 2016/15	% sobre total
Albacete	1.474	-5,03	0,57	21.290	2,11	0,58
Alicante/Alacant	13.694	14,93	2,77	104.507	3,51	2,82
Almería	3.406	23,58	1,21	45.625	12,00	1,14
Araba/Álava	2.075	18,10	1,02	38.273	21,21	0,88
Asturias	9.946	10,23	1,95	73.316	5,47	1,94
Ávila	698	52,40	0,20	7.414	4,01	0,20
Badajoz	3.319	20,56	0,76	28.768	12,26	0,72
Balears, Illes	6.112	-4,28	2,51	94.676	-0,99	2,67
Barcelona	42.249	-10,12	16,26	612.582	9,19	15,69
Bizkaia	6.501	-7,42	2,75	103.588	2,68	2,82
Burgos	2.120	24,41	0,91	34.362	11,65	0,86
Cáceres	1.348	17,52	0,42	15.842	2,08	0,43
Cádiz	6.441	12,92	1,64	61.875	2,16	1,69
Cantabria	4.015	50,15	1,04	39.337	-0,34	1,10
Castellón/Castelló	4.540	-15,31	1,23	46.399	4,01	1,25
Ceuta	127	-18,06	0,07	2.563	16,34	0,06
Ciudad Real	1.720	6,90	0,74	27.881	7,08	0,73
Córdoba	3.445	-2,38	1,12	42.099	4,86	1,12
Coruña, A	12.634	31,10	2,22	83.591	2,81	2,27
Cuenca	536	15,27	0,31	11.655	-4,11	0,34
Gipuzkoa	3.671	24,15	1,70	64.188	-0,50	1,80
Girona	4.158	-17,91	1,52	57.433	0,73	1,59
Granada	3.526	10,29	1,16	43.639	9,29	1,12
Guadalajara	869	-8,04	0,55	20.831	5,22	0,55
Huelva	2.498	17,39	0,70	26.353	1,31	0,73
Huesca	835	-8,04	0,36	13.466	-3,29	0,39

TABLA 34. FORMACIÓN DE DEMANDA 2016 SEGÚN PROVINCIA

Provincia	Sector comercio minorista			Total Sectores		
	Participantes	% var 2016/15	% sobre total	Participantes	% var 2016/15	% sobre total
Jaén	2.913	39,44	0,89	33.502	3,90	0,90
León	2.418	7,28	0,69	25.956	-3,30	0,75
Lleida	2.012	-14,27	0,94	35.372	4,67	0,94
Lugo	1.366	-8,75	0,47	17.707	-5,69	0,52
Madrid	71.787	10,06	21,77	820.173	10,54	20,74
Málaga	11.131	10,64	2,34	88.002	-11,67	2,79
Melilla	126	-39,71	0,06	2.076	-3,76	0,06
Murcia	7.406	-4,83	2,68	100.824	-0,63	2,84
Navarra	3.149	14,51	1,72	64.766	13,30	1,60
Ourense	1.608	7,92	0,48	18.205	5,44	0,48
Palencia	629	31,87	0,35	13.136	9,25	0,34
Palmas, Las	8.781	21,10	1,86	70.037	6,49	1,84
Pontevedra	5.392	9,42	1,71	64.284	-3,94	1,87
Rioja, La	1.506	10,17	0,60	22.493	8,21	0,58
Salamanca	1.387	5,80	0,46	17.230	4,98	0,46
Santa Cruz de Tenerife	6.218	13,16	1,66	62.703	-9,03	1,93
Segovia	405	-27,68	0,25	9.551	0,97	0,26
Sevilla	11.455	10,84	3,38	127.480	4,14	3,42
Soria	249	-3,49	0,15	5.651	-10,34	0,18
Tarragona	3.938	-9,26	1,72	64.753	1,99	1,78
Teruel	465	-20,92	0,19	7.278	-6,09	0,22
Toledo	2.047	-2,66	0,91	34.109	1,48	0,94
Valencia/València	20.590	4,75	5,40	203.601	3,97	5,47
Valladolid	3.423	2,52	1,14	43.029	4,86	1,15
Zamora	498	-8,29	0,21	7.923	-6,97	0,24
Zaragoza	6.492	8,78	2,26	85.188	9,52	2,17
Sin datos	19		0,00	33	-59,26	0,00
Total	319.368	5,74	100,00	3.766.997	5,32	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Fundación Estatal para el Empleo. Año 2016.

6.4. LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

A continuación, se incluyen los títulos universitarios relacionados con algunas de las ocupaciones del sector, ubicadas, principalmente, en las empresas de mayor tamaño.

TABLA 35. TÍTULOS DE MÁSTERES RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA	
Títulos	
Administración de Empresa Internacional (MBA) / International Business Administration (MBA)	
Administración de Empresas	
Administración Internacional de Empresas / Master in International Business Administration (IMBA)	
Administración y Dirección de Empresas / Máster in Business Administration	
Administración y Dirección de Entidades de Economía Social	
Análisis de Datos Masivos en Economía y Empresa	
Análisis de Datos para la Inteligencia de Negocios	
Ciencias de la Dirección	
Ciencias de la Empresa	
Ciencias Empresariales/ Master of Science in Management	
Comercio Electrónico	
Comercio Exterior e Internacionalización de Empresas	
Comercio Exterior	
Comercio Internacional	
Comercio y Relaciones Económicas Internacionales	
Comunicación Digital	
Comunicación y Branding Digital	
Comunicación y Sociedad Digital	
Comunicaciones Integradas de Marca	
Consumo y Comercio	
Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)	
Creación, Dirección e Innovación en la Empresa	
Creación y Dirección de Empresas	
Creación y Gestión de Empresas en un Entorno Global / Global Entrepreneurial Management	
Creación y Gestión de Empresas Innovadoras	
Derecho Empresarial	
Dirección Comercial y Marketing Internacional	
Dirección de Comercio Exterior	
Dirección de Empresas	
Dirección de Empresas - MBA	
Dirección de Empresas Logísticas y de la Cadena de Suministro por la Universidad	
Dirección de Empresas y Recursos Humanos	
Dirección de Marketing Digital y Social	
Dirección de Marketing y Gestión Comercial	
Dirección de Marketing/Marketing Management	

TABLA 35. TÍTULOS DE MÁSTERES RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA

Títulos
Dirección de Negocios en un Entorno Global
Dirección de Negocios Internacionales
Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo
Dirección de Publicidad Integrada
Dirección de Pymes
Dirección de Recursos Humanos
Dirección Empresarial desde la Innovación y la Internacionalización
Dirección, Estrategia y Marketing
Dirección Estratégica de Empresas Familiares
Dirección Estratégica de la Comunicación y de la Empresa
Dirección Estratégica de la Empresa
Dirección Internacional de Empresas / International Business
Dirección Logística
Dirección y Administración de Empresas - MBA
Dirección y Gestión de Marketing Digital
Dirección y Gestión de Personas
Estrategia de Empresa
Estrategia y Creatividad Publicitarias
Estrategia y Marketing de Empresa
Gestión
Gestión / Master in Management (MIM)
Gestión Comercial
Gestión de Empresas
Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet
Gestión Internacional de la Empresa / MBA in International Management
Gestión, Organización y Economía de la Empresa / Management, Organization and Business Economics
Logística y Comercio Internacional
Logística y Gestión Económica de la Defensa
Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales
Marketing Digital y Comercio Electrónico
Marketing Digital y Social Media
Marketing e Investigación de Mercados
Marketing
Marketing y Comercio Internacional
Marketing y Comportamiento del Consumidor
Marketing y Comunicación Corporativa
Marketing y Gestión Digital
Marketing y Publicidad Digital
Trade Marketing y Comercio Electrónico
Erasmus Mundus en Derecho del Comercio Transnacional y Finanzas

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Registro de universidades centros y títulos (RUCT)

TABLA 36. TÍTULOS DE GRADO RELACIONADOS CON EL COMERCIO MINORISTA	
Títulos	
Administración de Empresas / Business Administration	
Administración de Empresas y Gestión de la Innovación	
Administración y Dirección de Empresa	
Asistencia de Dirección-Management Assistance	
Ciencias Empresariales - Management	
Comercio Internacional	
Comercio	
Comercio y Marketing	
Comunicación Digital	
Comunicación Publicitaria	
Comunicación y Relaciones Públicas	
Creación, Administración y Dirección de Empresas	
Dirección Comercial y Marketing	
Dirección de Empresas (BBA)	
Dirección Internacional de Empresas	
Dirección y Administración de Empresas	
Dirección y Creación de Empresas	
Empresa Internacional	
Empresa y Tecnología	
Gestión Comercial y Marketing	
Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	
Gestión y Marketing Empresarial	
Marketing e Investigación de Mercados (MIM)	
Marketing	
Marketing y Comercialización Internacional	
Marketing y Comunicación Comercial	
Marketing y Comunicación Digital	
Marketing y Comunicación Empresarial	
Marketing y Comunicación	
Marketing y Comunidades Digitales	
Marketing y Dirección Comercial	
Publicidad, Marketing y Relaciones Públicas	
Publicidad	
Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing	
Publicidad y Relaciones Públicas	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Registro de universidades centros y títulos (RUCT)

7. INFORMACIÓN DE LAS OCUPACIONES

7.1. INTRODUCCIÓN

A continuación, se presentan las ocupaciones pertenecientes al sector del comercio minorista que se han incluido en el presente estudio:

TABLA 37. OCUPACIONES ESTUDIADAS RELACIONADAS CON EL COMERCIO MINORISTA	
Código CNO	Descripción ocupación
1221	Directores comerciales y de ventas
1432	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor
2155	Ópticos-optometristas
2640	Profesionales de ventas técnicas y médicas (excepto las TIC)
2651	Profesionales de la publicidad y la comercialización
2653	Profesionales de la venta de tecnologías de la información y las comunicaciones
3510	Agentes y representantes comerciales
3522	Agentes de compras
3814	Técnicos de la Web
4121+4122	Empleados de control de abastecimientos e inventario y de servicios de apoyo a la producción
4309+4500	Empleados administrativos con o sin tareas de atención al público
4424	Teleoperadores
5210	Jefes de sección de tiendas y almacenes
5220+5411+5499	Vendedores en tiendas y almacenes. Vendedores en quioscos. Otros vendedores
5420	Operadores de telemarketing
5491	Vendedores a domicilio
5492	Promotores de venta
5500	Cajeros y taquilleros (excepto bancos)
7701	Matarifes y trabajadores de las industrias cárnicas
7703	Panaderos, pasteleros y confiteros
8209	Montadores y ensambladores no clasificados en otros epígrafes
8333	Operadores de carretillas elevadoras
8412	Conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas
8432	Conductores asalariados de camiones
9433	Repartidores, recadistas y mensajeros a pie
9811	Peones del transporte de mercancías y descargadores
9820	Reponedores

Fuente: Elaboración propia.

De cada uno de estos grupos primarios de ocupación se ha elaborado una ficha en la que se incluye, por un lado, el análisis de los datos procedentes de fuentes registrales de los servicios públicos de empleo, y, por otro, la información cualitativa aportada por los expertos consultados, tanto de requerimientos que las empresas exponen en las ofertas de empleo, como de las necesidades formativas, técnico-profesionales y transversales, en las que hay que formar a los trabajadores para el desempeño de sus puestos de trabajo. Todo ello ha

servido para reflejar el perfil de estos profesionales a partir de las competencias requeridas para cubrir los puestos de trabajo disponibles.

Estas fichas se completan con la oferta formativa relacionada con las ocupaciones contenidas en el grupo primario correspondiente.

CNO 1221 DIRECTORES COMERCIALES Y DE VENTAS

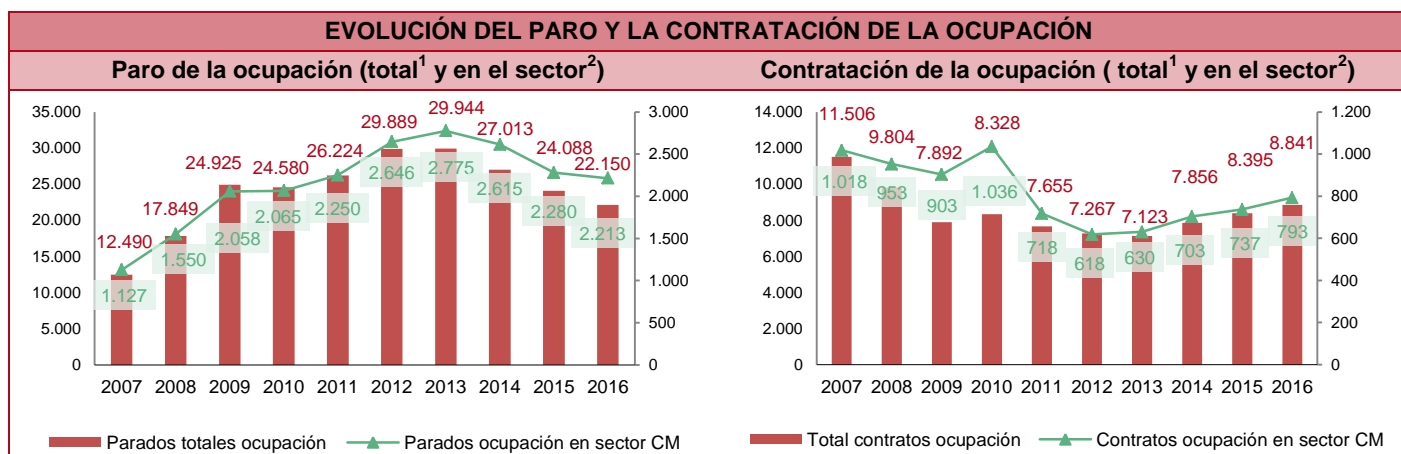
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Directores comerciales, en general
- Directores de departamento de comercialización y ventas, en general
- Directores de departamento de marketing
- Directores de departamento de telemarketing
- Directores de departamento de publicidad y/o relaciones públicas, en general

Los Directores comerciales y de ventas planifican, dirigen y coordinan las actividades de ventas y comercialización de una empresa u organización, o de empresas que prestan servicios de ventas y comercialización a otras empresas u organizaciones.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 22.150 personas inscritas, lo que supone un descenso del 8,05 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	62,27	26,53	44,35
Mujeres	37,73	73,47	55,65
Menores de 30 años	5,69	18,07	16,90
Mayores de 45 años	60,46	40,81	48,44
Extranjeros	5,15	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,08	2,68	3,87
Parados de larga duración	40,71	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	59,83	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

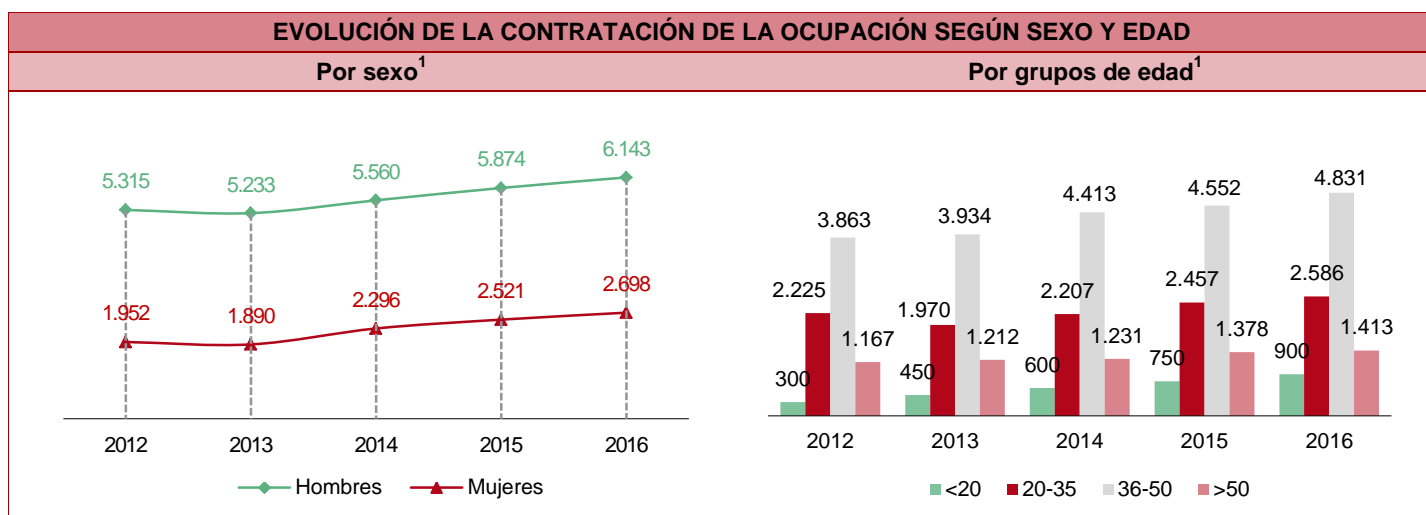
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 8.841 contratos, lo que representa un aumento del 5,31 % si lo comparamos con el año anterior.

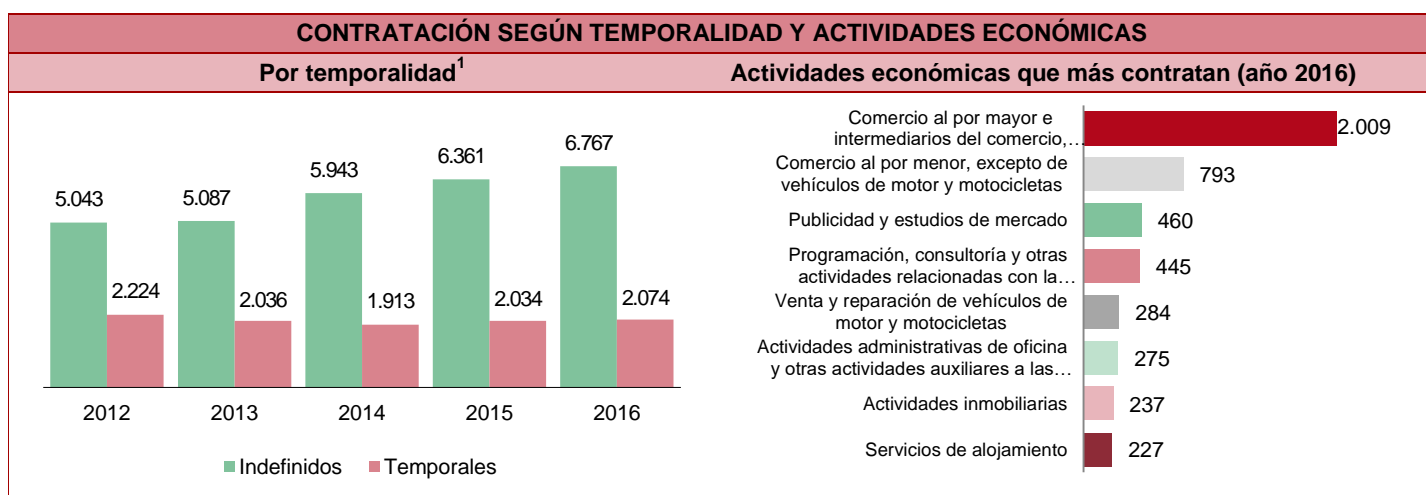
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	62,04	35,49	56,14
Mujeres	37,96	64,51	43,86
Menores de 30 años	15,26	51,37	34,54
Mayores de 45 años	27,36	11,96	23,39
Extranjeros	14,63	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,50	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,90	3,44	2,72
Indefinidos	72,51	15,37	8,58
Temporales	27,49	84,63	91,42
Rotación	1,05	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total así como el del sector aumentan desde 2007 alcanzando un máximo en 2013, pero después comienzan a decrecer de forma continua. Los contratos se comportan de forma irregular, con ascensos y descensos alternativos, pero aumentan en los tres últimos años los del total de la contratación y en los cuatro últimos años los contratos del sector comercio minorista. De este modo, el paro de la ocupación en el ámbito del sector en estudio desciende interanualmente un 2,94 % en diciembre de 2016 y los contratos en el mismo aumentan un 7,60 % en el conjunto de dicho año.
- Esta ocupación en el sector del comercio minorista es mayoritariamente masculina, ya que los hombres agrupan en torno al 62 % de los contratos y de los desempleados, en cambio en el sector las mujeres representan más del 73 % de los desempleados y más del 64 % de los contratos.
- A lo largo del año 2016, el paro del sector en estudio no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en enero y un mínimo en julio. Mensualmente, aumenta de mayor a menor en enero, agosto, octubre, diciembre y septiembre y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en enero y en agosto, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son de mayor a menor octubre, agosto y enero.
- En cuanto a la edad de los contratados en el sector en estudio, algo más del 45 % tienen entre 36 y 50 años y alrededor del 39 % tienen entre 20 y 35 años. La tasa de menores de 30 años de la ocupación en el sector y la nacional son del 15,26 % y 34,54 %, respectivamente.
- La contratación indefinida de la ocupación en el sector es mucho mayor a la del sector en estudio, a juzgar por la tasa de estabilidad (72,51 % y 15,37 %, respectivamente); además, ambas superan la total nacional (8,58 %).
- El peso de la experiencia es muy importante, ya que no hay parados de primer empleo tanto en la ocupación en el sector como en el sector en estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



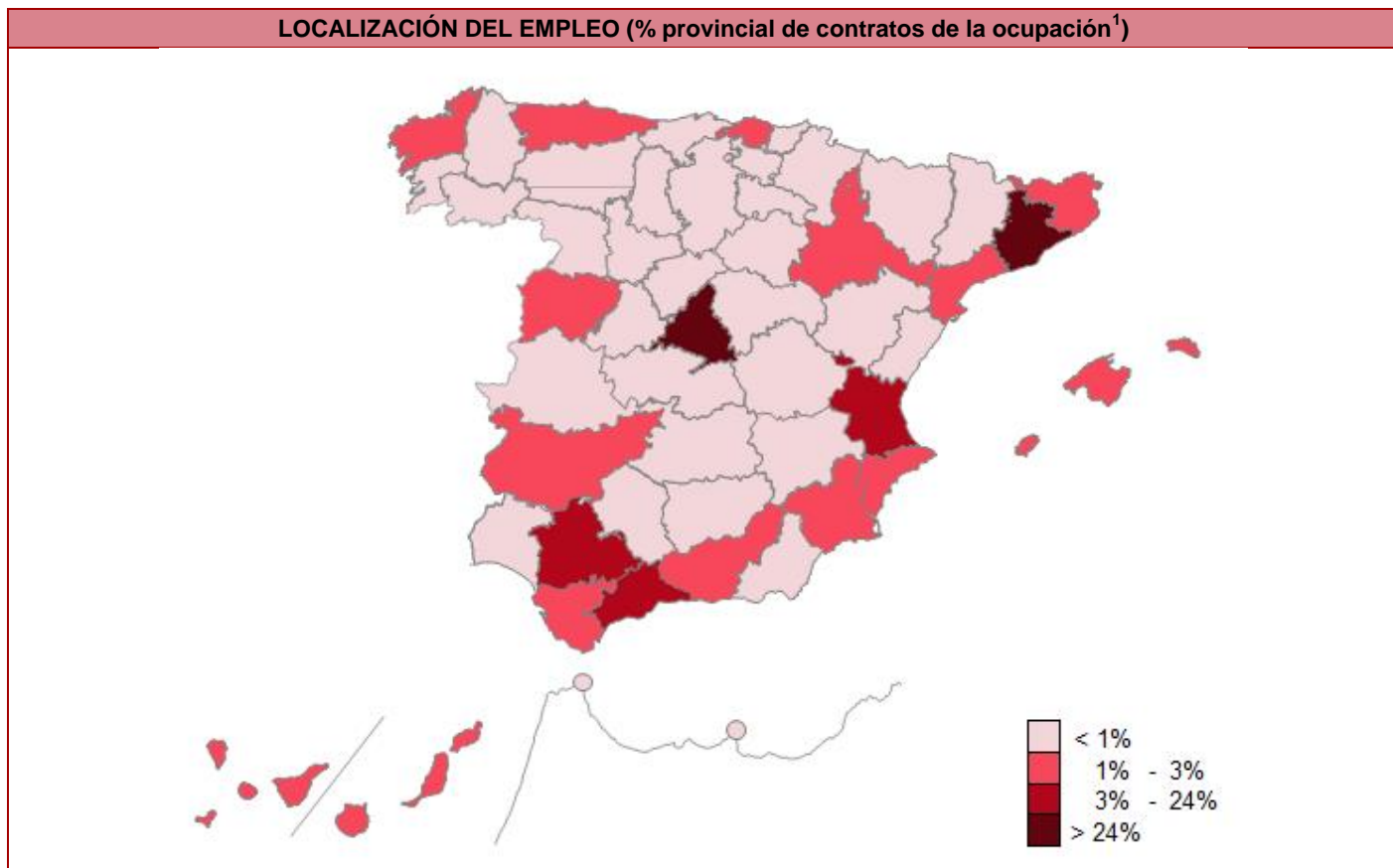
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	11	-26,67	1	0,00	Coruña, A	53	-14,52	15	66,67	Ourense	8	-11,11	0	-100,00
Alicante/Alacant	85	-10,53	23	15,00	Cuenca	3	-25,00	0	0,00	Palencia	1	0,00	2	-66,67
Almería	8	-46,67	3	-50,00	Gipuzkoa	24	20,00	6	-14,29	Palmas, Las	50	13,64	19	72,73
Araba/Álava	20	42,86	3	-25,00	Girona	32	-23,81	8	-11,11	Pontevedra	49	13,95	3	-76,92
Asturias	43	48,28	16	128,57	Granada	23	-8,00	11	22,22	Rioja, La	5	66,67	4	100,00
Ávila	3	0,00	3	0,00	Guadalajara	8	-20,00	2	0,00	Salamanca	8	-20,00	10	233,33
Badajoz	10	-33,33	15	-11,76	Huelva	13	-13,33	7	75,00	Santa Cruz de Tenerife	48	6,67	14	0,00
Balears, Illes	29	7,41	15	25,00	Huesca	6	50,00	1	-75,00	Segovia	5	-16,67	2	0,00
Barcelona	455	-9,00	195	6,56	Jaén	7	-30,00	1	-75,00	Sevilla	90	-10,00	24	71,43
Bizkaia	70	-10,26	9	-25,00	León	11	-21,43	1	-75,00	Soria	0	0,00	0	-100,00
Burgos	5	-58,33	1	-50,00	Lleida	8	100,00	5	25,00	Tarragona	39	5,41	10	0,00
Cáceres	6	-25,00	2	0,00	Lugo	9	80,00	3	50,00	Teruel	0	0,00	0	0,00
Cádiz	48	14,29	11	83,33	Madrid	481	5,71	230	0,88	Toledo	14	-22,22	6	-25,00
Cantabria	18	-33,33	4	-20,00	Málaga	63	-7,35	24	26,32	Valencia/València	157	-5,99	34	100,00
Castellón/Castelló	13	18,18	2	-33,33	Melilla	0	0,00	1	0,00	Valladolid	22	10,00	4	-60,00
Ceuta	1	-75,00	0	0,00	Murcia	45	4,65	19	18,75	Zamora	4	100,00	1	0,00
Ciudad Real	9	12,50	6	500,00	Navarra	22	46,67	1	-75,00	Zaragoza	46	-13,21	11	-31,25
Córdoba	25	8,70	5	150,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Directores comerciales y de ventas con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (29,00 %) se ubica en Madrid, seguida de Barcelona con el 24,59 %. En un segundo grupo, se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 2 % y el 4 %, entre las que destacan Valencia, Málaga, Sevilla, Alicante, Murcia, Las Palmas y Asturias. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 25,98 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Barcelona, Badajoz, Valencia, Granada, Huelva y Murcia. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Sevilla, Alicante, Girona, Jaén, León, Pontevedra y Bizkaia, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Se prevé una tendencia de los Directores comerciales y de ventas de mantenimiento. La experiencia laboral es imprescindible, se suelen requerir dos años. Las vacantes de esta ocupación se cubren en unos treinta días.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** en comercio electrónico; técnicas de venta y atención al cliente; técnicas de cierre de ventas y prospección de mercados; promoción y venta; escaparatismo; gestión de stocks y almacenamiento; e-commerce; marketing digital; marketing estratégico; *neuromarketing*; habilidades de desarrollo estratégico; nuevas herramientas informáticas y nuevas tecnologías: 5S; SAP; Navision.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente las relacionadas con el idioma francés con nivel de usuario competente en comprensión auditiva, lectora, interacción y expresión oral, así como en escritura. Puede demandarse además inglés y alemán, aunque con nivel de usuario básico. En cuanto a la ofimática, se necesita formación en nuevas herramientas informáticas y nuevas tecnologías; procesador de texto; hoja de cálculo; base de datos; presentaciones; correo electrónico; internet y redes sociales; todas ellas con nivel avanzado. Es necesaria también formación financiera en contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas; medios de pago; medios de financiación y operatoria financiera. En cuanto a conocimientos jurídicos, es necesaria formación en organización del trabajo y gestión de recursos humanos; prevención de riesgos laborales; legislación sobre protección de datos; legislación comercial; normas y sistemas de calidad; internacionalización y comercio exterior.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son realización de discursos o presentaciones; lectura y comprensión de informes, manuales, artículos, etc.; escucha activa y comprensiva en la comunicación; dirección, organización y planificación de las tareas del personal a su cargo; manejo y motivación de la red de vendedores y distribuidores; localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones; capacidad para trabajar en equipo; orientar el trabajo hacia los resultados de la empresa; iniciativa y dinamismo; creatividad; compromiso.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Estrategia y Marketing de Empresa

Máster Universitario en Computación en la Nube y Negocios Innovadores

Estudios de grado

Administración y Dirección de Empresas

Ciencias Económicas

Derecho

Dirección Comercial y Marketing

Ciencias Empresariales

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Comercio Internacional](#)

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

[Técnico Superior en Marketing y Publicidad](#)

CNO 1432 DIRECTORES Y GERENTES DE EMPRESAS DE COMERCIO AL POR MENOR

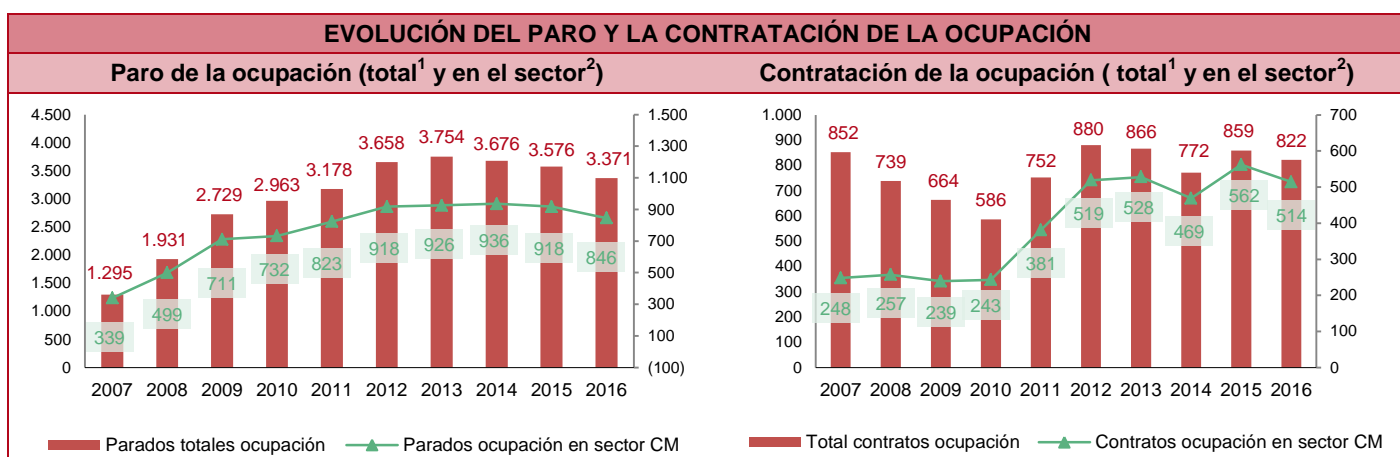
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Directores de departamento de operaciones en comercio minorista, en general.
- Gerentes de empresa de comercio al por menor con menos de 10 asalariados.
- Gerentes de pequeño comercio.

Los Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor planifican, organizan, coordinan y controlan las actividades de los establecimientos de venta de bienes al por menor. Son responsables de los presupuestos, la dotación de personal y la orientación de la explotación de las tiendas o de las unidades organizativas existentes dentro de las tiendas que venden tipos concretos de productos.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 3.371 personas inscritas, lo que supone un descenso del 5,73 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	47,40	26,53	44,35
Mujeres	52,60	73,47	55,65
Menores de 30 años	2,36	18,07	16,90
Mayores de 45 años	67,61	40,81	48,44
Extranjeros	4,49	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,01	2,68	3,87
Parados de larga duración	50,00	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	42,91	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

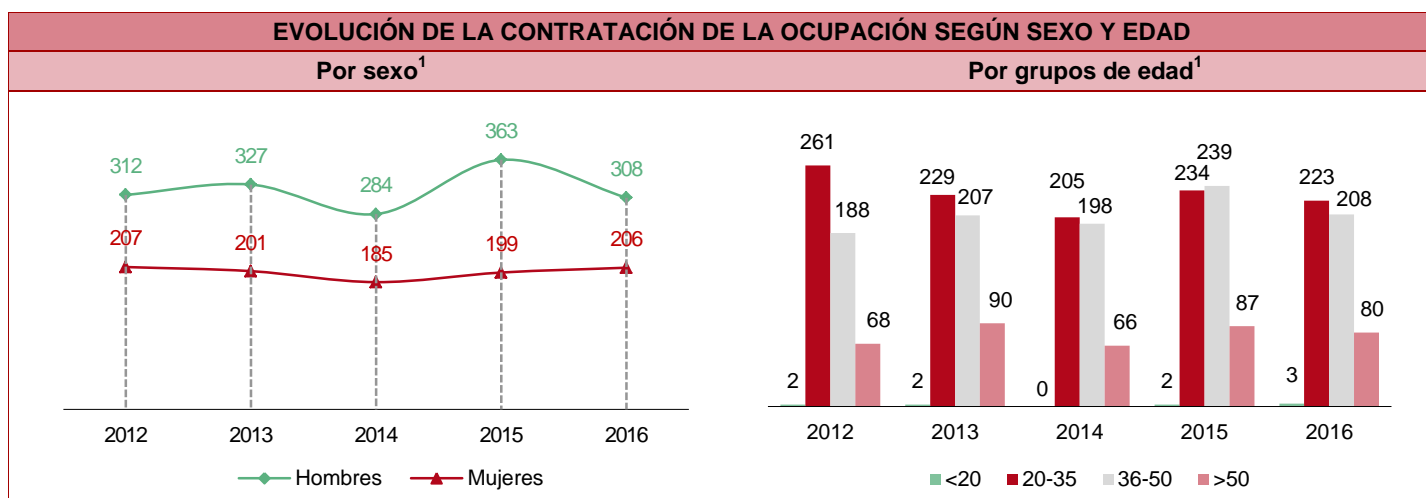
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 822 contratos, lo que representa un descenso del 4,31 % si lo comparamos con el año anterior.

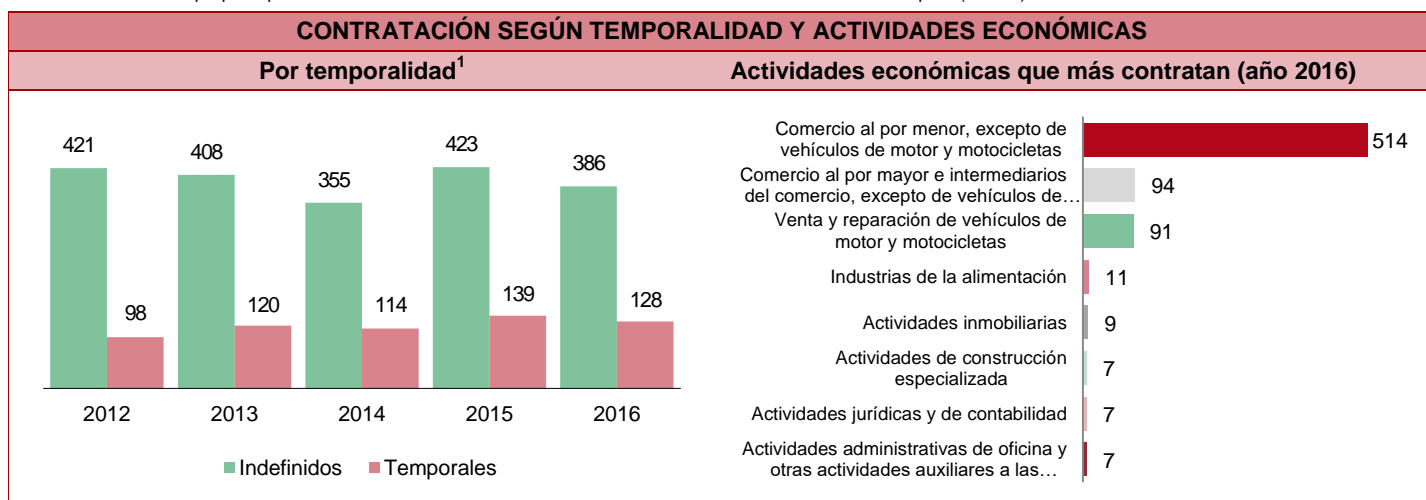
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	59,92	35,49	56,14
Mujeres	40,08	64,51	43,86
Menores de 30 años	21,21	51,37	34,54
Mayores de 45 años	26,07	11,96	23,39
Extranjeros	11,28	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,19	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,31	3,44	2,72
Indefinidos	75,10	15,37	8,58
Temporales	24,90	84,63	91,42
Rotación	1,03	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total así como el del sector aumentan desde 2007 alcanzando un máximo en 2013 y 2014, respectivamente, cuando ambos inician un descenso hasta llegar a presentar en 2016 una caída interanual del 5,73 % y del 7,84 %, respectivamente. Los contratos se comportan de forma irregular, con ascensos y descensos alternativos, de modo que en 2016 descienden interanualmente tanto los del total de la ocupación como los del sector comercio minorista, un 4,31 % y un 8,54 %, respectivamente.
- Las mujeres del sector en estudio protagonizan más del 64 % de los contratos y más del 73 % de los parados, en cambio en la ocupación en el sector, los varones agrupan en torno al 60 % de los contratos y las mujeres representan casi el 53 % de los parados.
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en marzo y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta de mayor a menor en enero, septiembre, marzo y febrero, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en febrero y en julio, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son de mayor a menor septiembre y febrero.
- La edad de los contratados en el sector en estudio es joven, de manera que más del 43 % tienen entre 20 y 35 años y alrededor del 40 % tienen de 36 a 50 años. La tasa de menores de 30 años de la ocupación en el sector y la nacional son del 21,21 % y 34,54 %, respectivamente. En el sector comercio minorista es del 51,37 %.
- La contratación indefinida de la ocupación en el sector es mucho mayor a la del sector en estudio, a juzgar por la tasa de estabilidad (75,10 % y 15,37 %, respectivamente), siendo la total nacional (8,58 %).
- El peso de la experiencia es muy importante, ya que no hay parados de primer empleo tanto en la ocupación en el sector como en el sector en estudio. El desempleo de larga duración de la ocupación en el sector (50,00 %) es superior al del sector en estudio (45,93 %) y al nacional (43,82 %).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

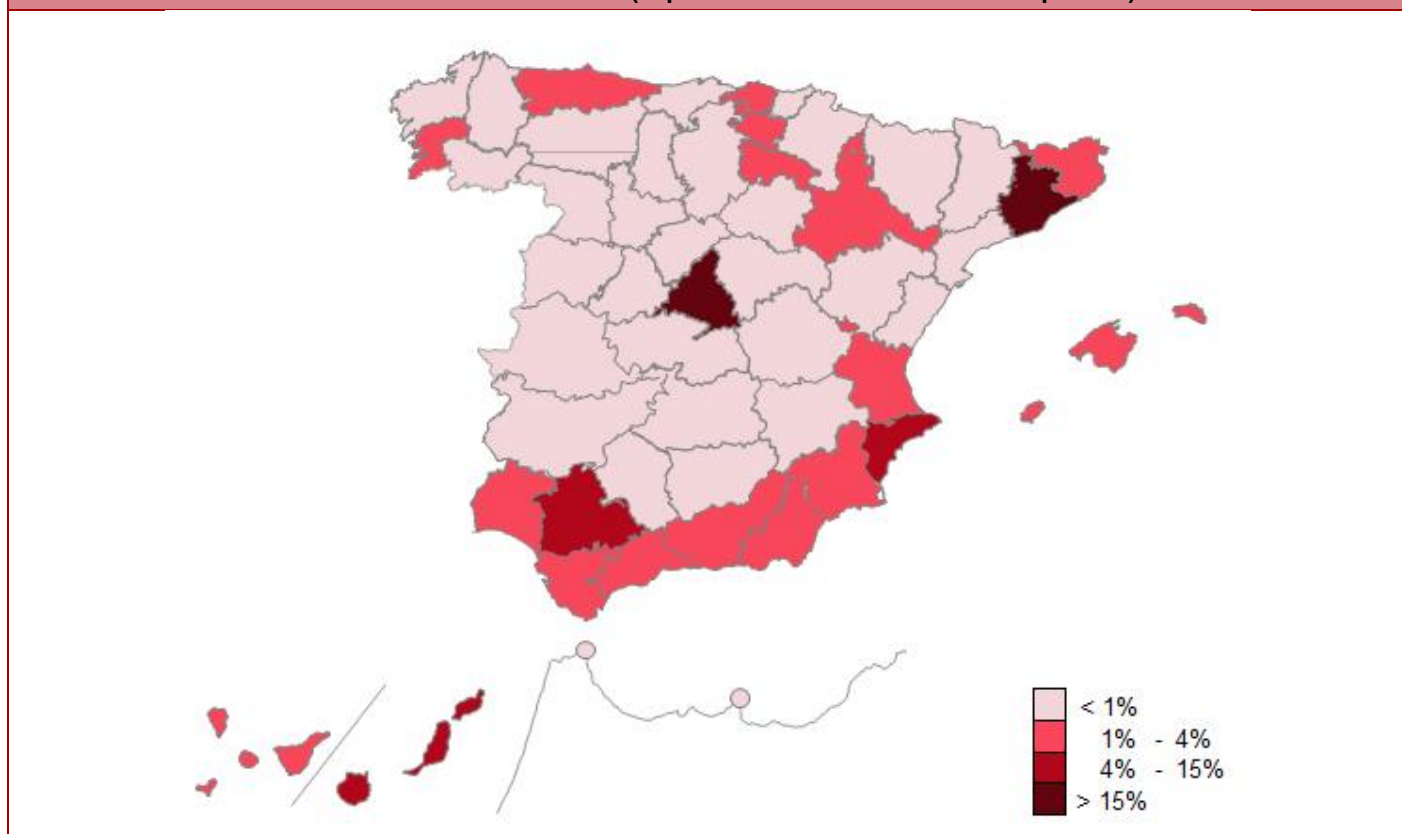
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	8	14,29	4	-20,00	Coruña, A	21	-8,70	4	-60,00	Ourense	0	-100,00	1	-66,67
Alicante/Alacant	62	-1,59	23	35,29	Cuenca	2	-33,33	2	0,00	Palencia	2	100,00	1	0,00
Almería	9	-35,71	7	16,67	Gipuzkoa	15	15,38	3	-25,00	Palmas, Las	24	26,32	22	144,44
Araba/Álava	3	-25,00	6	50,00	Girona	16	6,67	7	40,00	Pontevedra	10	-16,67	9	-10,00
Asturias	17	-10,53	7	0,00	Granada	14	-26,32	8	-38,46	Rioja, La	3	-50,00	8	0,00
Ávila	1	0,00	0	0,00	Guadalajara	3	0,00	1	0,00	Salamanca	5	-37,50	3	0,00
Badajoz	10	-16,67	5	0,00	Huelva	8	-11,11	6	0,00	Santa Cruz de Tenerife	28	3,70	18	5,88
Balears, Illes	7	40,00	18	-37,93	Huesca	0	0,00	1	-50,00	Segovia	0	-100,00	0	-100,00
Barcelona	63	-4,55	82	13,89	Jaén	12	-14,29	3	-40,00	Sevilla	53	-7,02	28	21,74
Bizkaia	14	-6,67	7	-46,15	León	3	0,00	3	200,00	Soria	0	-100,00	0	-100,00
Burgos	4	33,33	1	-80,00	Lleida	4	-20,00	2	-33,33	Tarragona	14	0,00	3	-57,14
Cáceres	1	-80,00	0	-100,00	Lugo	2	100,00	3	0,00	Teruel	1	0,00	2	-60,00
Cádiz	61	-6,15	7	75,00	Madrid	105	0,00	125	-10,07	Toledo	8	33,33	3	-25,00
Cantabria	17	21,43	1	-50,00	Málaga	53	-29,33	18	12,50	Valencia/València	86	-10,42	14	-30,00
Castellón/Castelló	8	-11,11	5	0,00	Melilla	1	-66,67	3	0,00	Valladolid	7	-22,22	2	-33,33
Ceuta	2	0,00	1	0,00	Murcia	22	4,76	14	-41,67	Zamora	0	-100,00	1	0,00
Ciudad Real	10	11,11	3	-25,00	Navarra	7	600,00	1	-90,00	Zaragoza	14	-22,22	13	-43,48
Córdoba	6	-53,85	5	-54,55										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (24,32 %) se ubica en Madrid, seguida de Barcelona con el 15,95 %. En un segundo grupo se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen del 2 % y el 6 %, entre las que destacan Sevilla, Alicante, Las Palmas, Illes Balears, Málaga, Santa Cruz de Tenerife, Murcia, Valencia y Zaragoza. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 29,18 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Barcelona, Alicante, Illes Balears, Las Palmas, Córdoba, La Rioja y Sevilla. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Madrid, Valencia, León, Navarra, Cádiz y A Coruña, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Se prevé una tendencia de los Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor de mantenimiento. Es una ocupación en la que no quedan vacantes sin cubrir, se reemplazan inmediatamente. La experiencia laboral es imprescindible, concretamente en comercio y en el sector al que va dirigida la empresa. En algunos casos no tienen una titulación académica reconocida, pero tienen mucha experiencia y conocimientos. Se podría considerar que es una ocupación susceptible de acreditación de conocimientos/experiencia a través, por ejemplo, de un Certificado de Profesionalidad.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** en comercio electrónico; técnicas de venta y atención al cliente; firma y factura electrónica; promoción y venta; selección de proveedores; terminales de venta electrónicos; escaparatismo; gestión de stocks y almacenamiento; gestión de campañas y estrategias; marketing digital; habilidades de desarrollo estratégico; servicio *click* y *collect*. Además se detectan necesidades formativas en cuidado medioambiental-residuos; técnicas de *picking* y *kitting*; técnicas de cierre de ventas; prospección de mercados; conocimientos generales de TIC. Debido a la evolución que está experimentando el consumo y el acceso a nuevos mercados es imprescindible tener un reciclaje continuado en estas materias.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente las relacionadas con el idioma inglés con nivel de usuario independiente en comprensión auditiva y lectora, interacción y expresión oral, así como escritura. En cuanto a la ofimática, las necesidades formativas se encuentran en procesador de texto; hoja de cálculo; base de datos; presentaciones; correo electrónico; internet y redes sociales; todas ellas con nivel avanzado. Es necesaria también formación financiera en contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas; creación de microempresas; medios de financiación; medios de pago. En cuanto a conocimientos jurídicos, es necesaria formación en legislación laboral; prevención de riesgos laborales; legislación sobre protección de datos; legislación comercial/venta; normas y sistemas de calidad. Además hay carencias formativas en cuanto al funcionamiento de las administraciones públicas y su procedimiento administrativo; trámites con las mismas; administración electrónica; derechos y deberes de los autónomos; subvenciones y trámites de solicitud.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son realización de discursos o presentaciones; lectura y comprensión de informes, manuales, artículos, etc...; escucha activa y comprensiva en la comunicación; dirección, organización y planificación de las tareas del personal a su cargo; localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones; capacidad de trabajar en equipo; orientar el trabajo hacia los resultados de la empresa. Además hay falta de profesionales con competencias personales como polivalencia; iniciativa y dinamismo; creatividad; compromiso.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Administración y Dirección de Empresas / Máster in Business Administration

Dirección de Empresas

Dirección, Estrategia y Marketing
Dirección Estratégica de la Empresa
Gestión Comercial
Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

Estudios de grado

Administración y Dirección de Empresa
Dirección Comercial y Marketing

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Actividades de gestión del pequeño comercio. COMT0112](#)

CNO 2155 ÓPTICOS-OPTOMETRISTAS

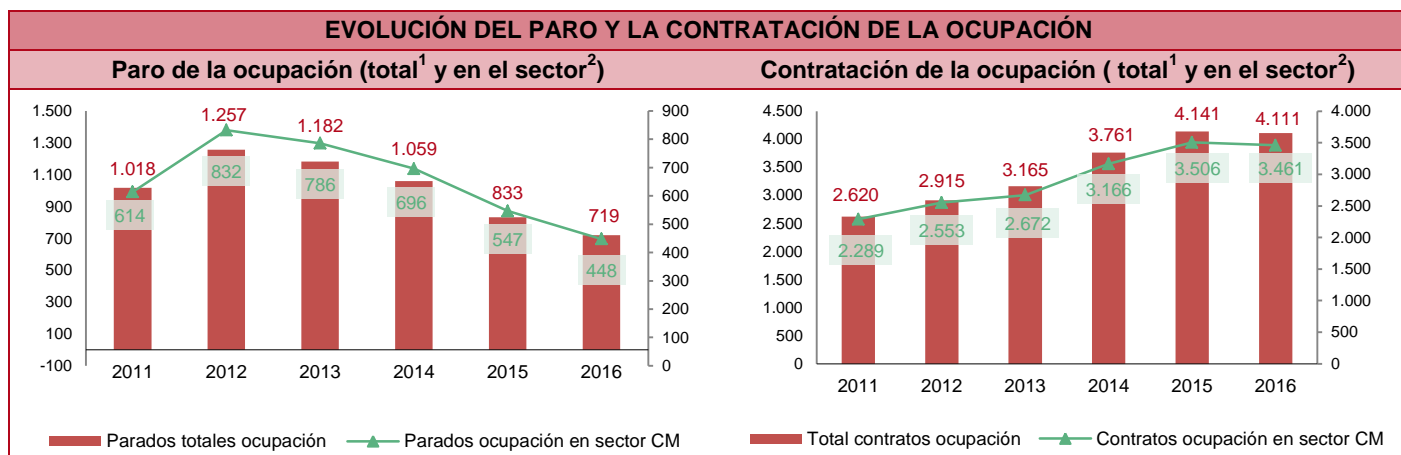
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Ópticos-optometristas.

Los Ópticos-optometristas prestan servicios de diagnóstico y tratamiento de desórdenes de los ojos y de la visión. Aconsejan sobre el cuidado de los ojos y prescriben dispositivos ópticos y otras terapias para los problemas de visión.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 719 personas inscritas, lo que supone un descenso del 13,69 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	21,21	26,53	44,35
Mujeres	78,79	73,47	55,65
Menores de 30 años	13,17	18,07	16,90
Mayores de 45 años	25,89	40,81	48,44
Extranjeros	1,12	7,35	11,75
Personas con discapacidad	0,67	2,68	3,87
Parados de larga duración	37,50	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	51,34	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

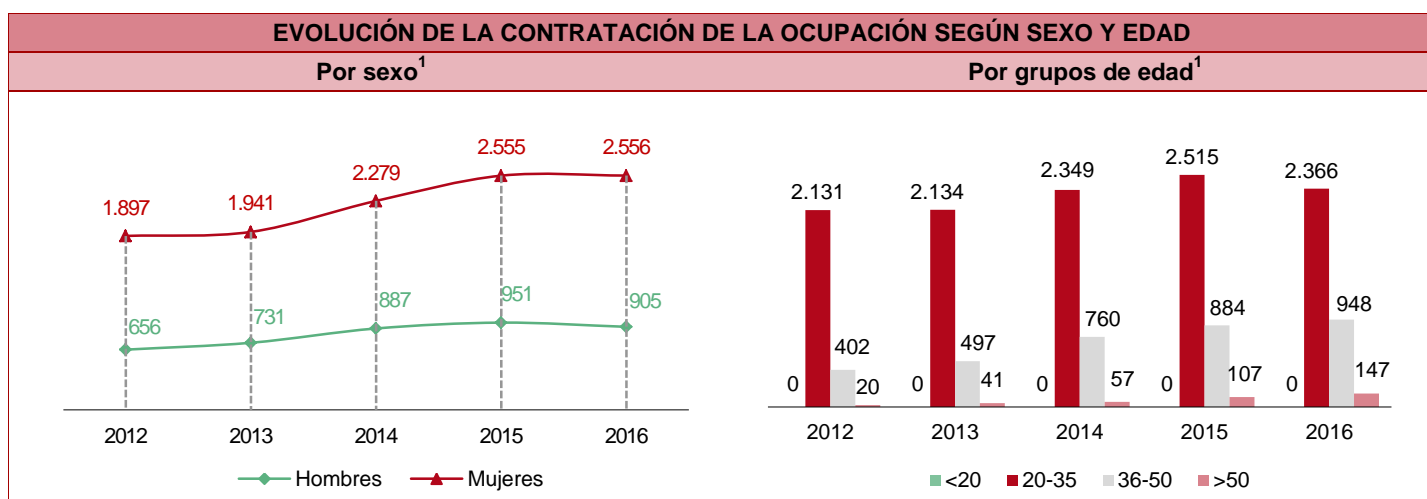
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 4.111 contratos, lo que representa un descenso del 0,72 % si lo comparamos con el año anterior.

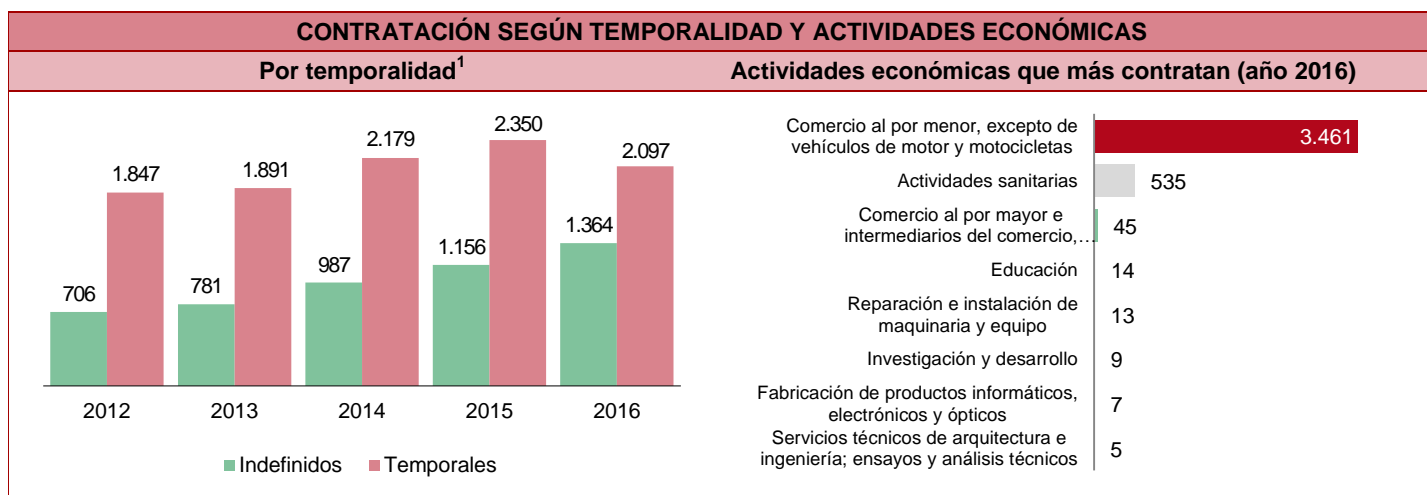
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	26,15	35,49	56,14
Mujeres	73,85	64,51	43,86
Menores de 30 años	48,11	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,75	11,96	23,39
Extranjeros	3,12	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,32	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,77	3,44	2,72
Indefinidos	39,41	15,37	8,58
Temporales	60,59	84,63	91,42
Rotación	1,42	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total así como el del sector aumentan en 2012 un 23,48 % y un 35,50 % respectivamente, año en el que se inicia un descenso que llega a presentar con respecto a 2016 una variación negativa de un 42,80 % y un 46,15 %, respectivamente. Los contratos van en aumento durante el sexenio, con un pequeño descenso en 2016 tanto en el total de la ocupación como en el sector, aunque la variación con respecto a 2011 es positiva en ambos casos, concretamente un 56,91 % y un 51,20 %, respectivamente.
- Esta ocupación en el sector del comercio minorista es mayoritariamente femenina, ya que las mujeres representan casi un 74 % de los contratos y alrededor del 79 % de los parados, en el sector también agrupan más del 64 % de los contratos y más del 73 % de los desempleados,
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en enero y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta de mayor a menor en agosto, septiembre, enero y octubre, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en julio y en diciembre, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son de mayor a menor abril, marzo, julio, enero y octubre.
- La edad de los contratados en el sector en estudio es joven, de manera que más del 68 % tienen entre 20 y 35 años y alrededor del 27 % tienen de 36 a 50 años. La tasa de menores de 30 años de la ocupación en el sector y la nacional son del 48,11 % y 34,54 %, respectivamente. La tasa del sector es del 51,37 %.
- La contratación indefinida de la ocupación en el sector es mucho mayor a la del sector en estudio, a juzgar por la tasa de estabilidad (39,41 % y 15,37 %, respectivamente), siendo la total nacional (8,58 %).
- El peso de la experiencia es muy importante, ya que no hay parados de primer empleo tanto en el sector en estudio como en la ocupación en el sector. El desempleo de larga duración favorece a los parados de la ocupación en el sector, ya que la tasa es inferior a la del sector y a la total nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

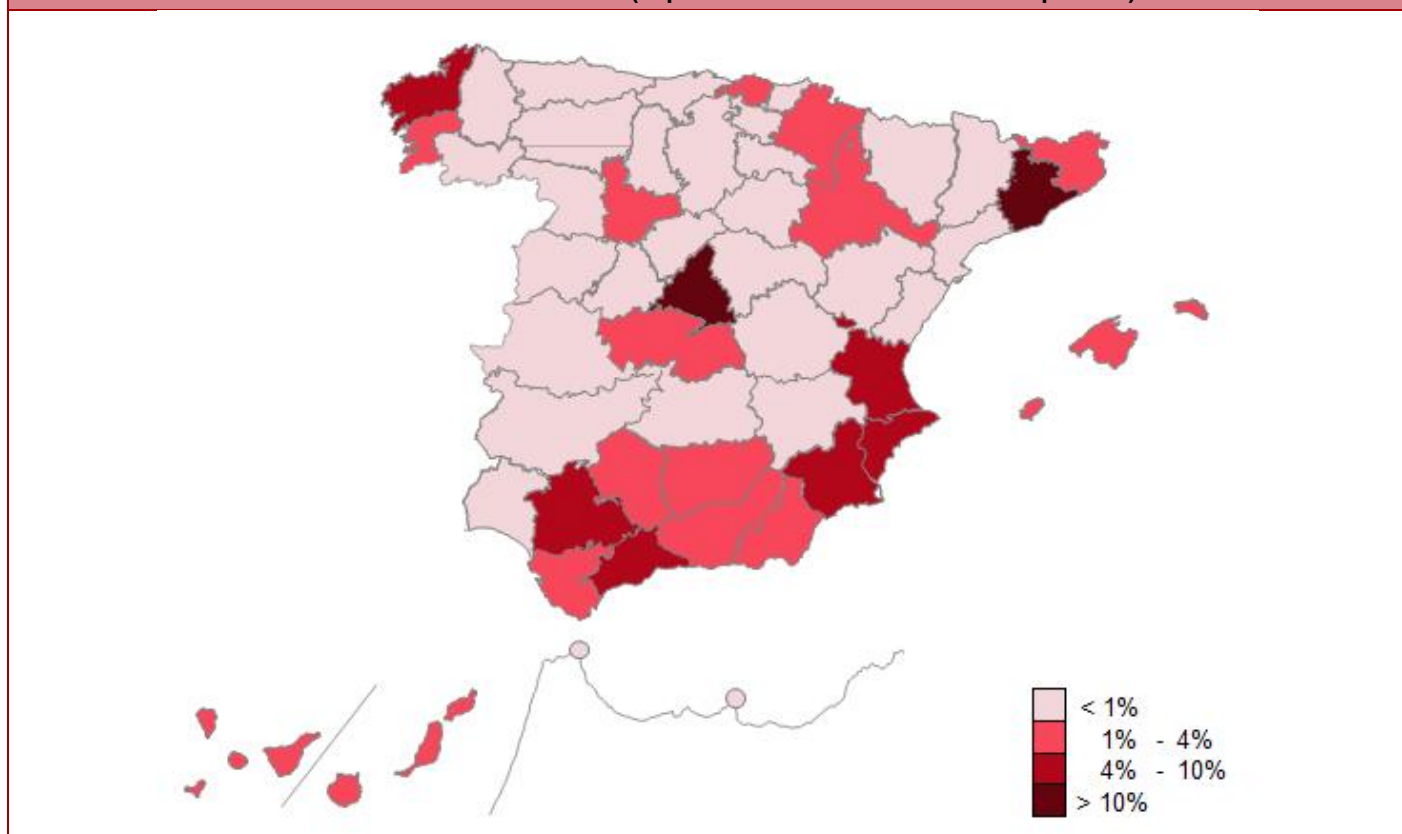
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	6	-14,29	32	3,23	Coruña, A	13	-13,33	156	-2,50	Ourense	2	100,00	12	-45,45
Alicante/Alacant	68	7,94	147	-0,68	Cuenca	1	0,00	8	-42,86	Palencia	5	66,67	13	-7,14
Almería	3	0,00	60	1,69	Gipuzkoa	0	-100,00	34	-12,82	Palmas, Las	5	-37,50	57	-25,00
Araba/Álava	3	0,00	21	10,53	Girona	3	-25,00	45	55,17	Pontevedra	7	-36,36	91	-11,65
Asturias	3	-72,73	30	-50,00	Granada	10	-58,33	84	52,73	Rioja, La	1	-75,00	22	4,76
Ávila	0	0,00	2	-33,33	Guadalajara	1	-75,00	15	25,00	Salamanca	4	100,00	24	14,29
Badajoz	2	-33,33	31	6,90	Huelva	5	25,00	23	-34,29	Santa Cruz de Tenerife	4	33,33	87	-6,45
Balears, Illes	8	14,29	92	26,03	Huesca	0	-100,00	7	40,00	Segovia	1	-66,67	7	-12,50
Barcelona	47	-24,19	348	9,43	Jaén	5	0,00	39	18,18	Sevilla	11	-8,33	153	-3,77
Bizkaia	3	-57,14	54	-26,03	León	1	0,00	20	-20,00	Soria	1	0,00	4	0,00
Burgos	4	33,33	12	-40,00	Lleida	1	-66,67	13	-7,14	Tarragona	1	-75,00	28	-33,33
Cáceres	2	0,00	20	-16,67	Lugo	2	0,00	29	45,00	Teruel	0	0,00	2	-60,00
Cádiz	13	-31,58	79	1,28	Madrid	88	-10,20	611	-5,27	Toledo	6	-14,29	42	13,51
Cantabria	4	0,00	28	75,00	Málaga	17	-15,00	163	-8,43	Valencia/València	23	-46,51	251	3,29
Castellón/Castelló	4	33,33	30	-11,76	Melilla	1	0,00	2	0,00	Valladolid	6	50,00	56	27,27
Ceuta	0	0,00	4	-33,33	Murcia	38	-7,32	195	5,41	Zamora	1	0,00	5	-58,33
Ciudad Real	5	-16,67	21	-16,00	Navarra	1	0,00	36	20,00	Zaragoza	2	-50,00	61	7,02
Córdoba	6	-40,00	54	14,89										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Ópticos-optometristas con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (17,66 %) se ubica en Madrid, seguida de Barcelona con el 10,06 %. En un segundo grupo, se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 2 % y el 7 %, entre las que destacan Valencia, Murcia, Málaga, A Coruña, Sevilla, Alicante, Illes Balears, Pontevedra, Santa Cruz de Tenerife y Granada. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 22,54 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Santa Cruz de Tenerife, Málaga, Illes Balears, Madrid, Barcelona y Las Palmas. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Alicante, Granada, Murcia, Jaén, A Coruña, Valladolid y Zaragoza, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Respecto al nivel formativo que se requiere al Óptico-Optometrista, hay una clara necesidad de titulación universitaria en óptica y optometría. También se valoran conocimientos y formación en audiología. La formación y la experiencia han de girar en torno a las funciones intrínsecas de la optometría.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** en técnicas de venta y atención al cliente; promoción; técnicas de cierre de ventas; escaparatismo.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente en el idioma inglés con nivel de usuario independiente. En cuanto a la ofimática, son necesarios conocimientos de office a nivel de usuario. Es necesaria también formación financiera en medios de pago. En cuanto a conocimientos jurídicos, es necesaria formación en normas y sistemas de calidad.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones; vocación de servicio; iniciativa y dinamismo; ser buen comunicador con el cliente y/o proveedor. Todo ello define un alto perfil comercial, con ganas de trabajar en equipo junto con un nivel alto de responsabilidad y de estar dispuesto al aprendizaje continuo en materias de ámbito óptico. No se debe olvidar que se trata de una profesión con una enorme trascendencia social y económica al tener la salud visual como principal función.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de doctorado

Fotónica
 Fotónica y Tecnologías del Láser
 Ingeniería Óptica
 Óptica, Optometría y Visión
 Optometría
 Optometría Avanzada y Ciencias de la Visión
 Tecnología Láser
 Tecnologías para la Salud y el Bienestar (Visión y Optometría)

Estudios de máster

Óptica y Optometría Avanzada
 Óptica, Optometría y Visión
 Optometría Avanzada
 Optometría Avanzada y Ciencias de la Visión

Optometría Clínica

Optometría Clínica Avanzada e Investigación

Optometría Clínica y Visión

Optometría e Investigación Clínica

Optometría y Ciencias de la Visión

Optometría y Visión

Estudios de grado

Óptica-Optometría

CNO 2640 PROFESIONALES DE VENTAS TÉCNICAS Y MÉDICAS (EXCEPTO LAS TIC)

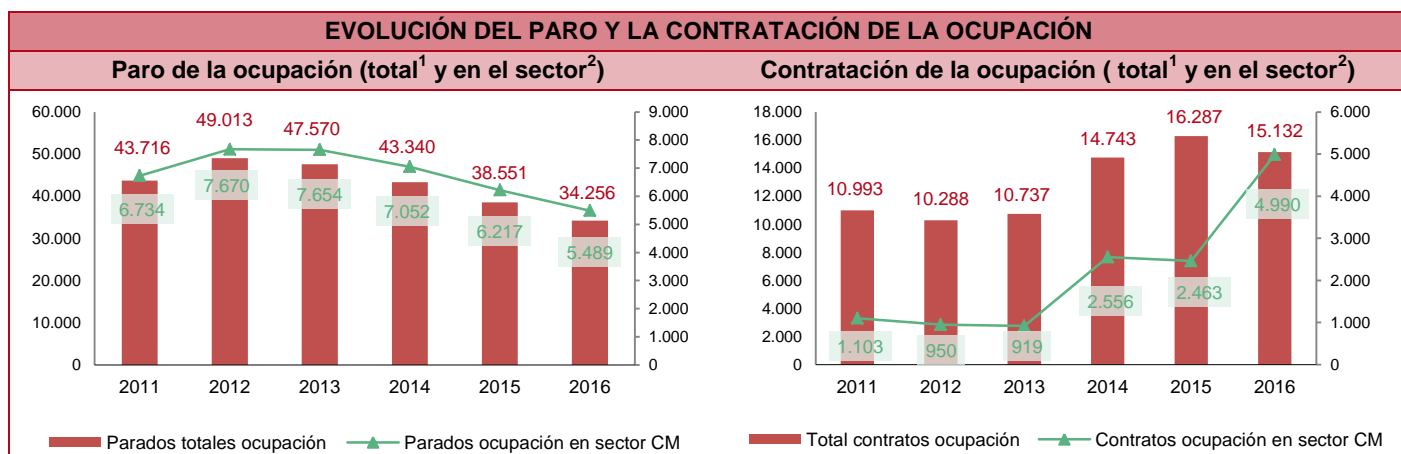
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Organizadores de puntos de venta en autoservicios.
- Técnicos en servicios posventa.
- Vendedores técnicos de vehículos automóviles.
- Vendedores técnicos, en general.
- Visitadores médicos.

Los Profesionales de ventas técnicas y médicas (excluyendo las TIC) representan a las empresas vendiendo distintos bienes y servicios industriales, médicos y farmacéuticos a establecimientos industriales, empresas, profesionales y otros establecimientos.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 34.256 personas inscritas, lo que supone un descenso del 11,14 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	50,26	26,53	44,35
Mujeres	49,74	73,47	55,65
Menores de 30 años	6,32	18,07	16,90
Mayores de 45 años	58,19	40,81	48,44
Extranjeros	4,70	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,10	2,68	3,87
Parados de larga duración	49,72	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	49,28	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 15.132 contratos, lo que representa un descenso del 7,09 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	26,77	35,49	56,14
Mujeres	73,23	64,51	43,86
Menores de 30 años	68,80	51,37	34,54
Mayores de 45 años	5,11	11,96	23,39
Extranjeros	8,14	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,38	0,92	1,34
Parados de larga duración	0,98	3,44	2,72
Indefinidos	4,53	15,37	8,58
Temporales	95,47	84,63	91,42
Rotación	2,54	1,68	2,83

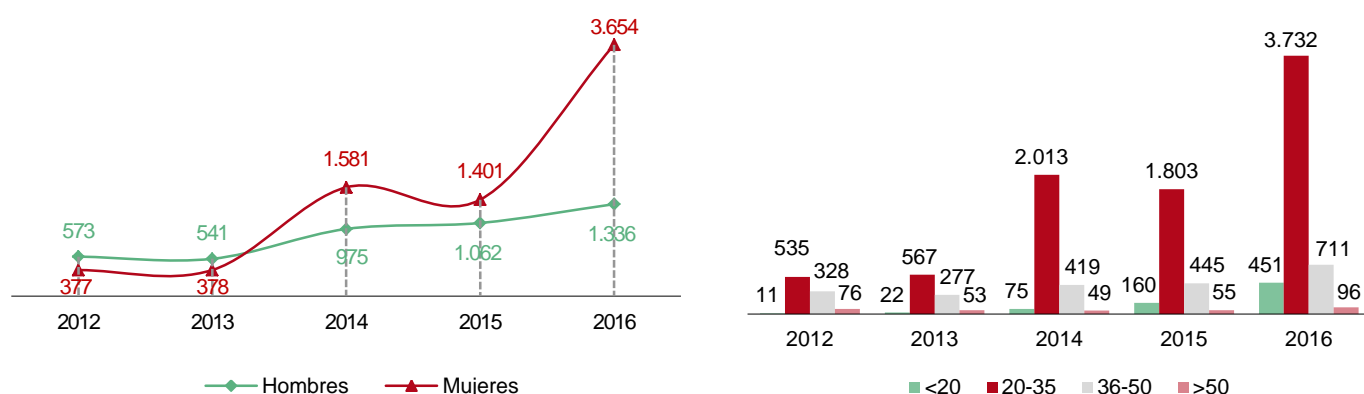
Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total así como el del sector inician un descenso en 2013, de manera que presentan una variación con respecto a 2016 del 27,99 % y del 28,29 % menos, respectivamente. Los contratos muestran estabilidad en los tres primeros años del sexenio, con ascensos interanuales en 2014 del 37,31 % en cuanto al total de los contratos y del 178,13 % en el sector. Hay que destacar el aumento interanual en 2016 del 102,60 % de los contratos del sector comercio minorista
- La contratación es mayoritariamente femenina tanto en la ocupación en el sector del comercio minorista (73,23 %) como en el sector objeto de estudio (64,51 %), en cambio en cuanto al paro, las mujeres son mayoría en el sector (73,47 %) pero no en la ocupación en el sector (49,74 %).
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en febrero y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta de mayor a menor en enero, septiembre y febrero, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en julio y en febrero, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son de mayor a menor julio, junio y agosto.
- La edad de los contratados en el sector en estudio es joven, de manera que casi el 75 % tienen entre 20 y 35 años y alrededor del 14 % tienen de 36 a 50 años. La tasa de menores de 30 años de la ocupación en el sector y la nacional son del 68,80 % y 34,54 %, respectivamente. La tasa del sector es del 51,37 %.
- La contratación temporal de la ocupación en el sector es mayor a la del sector en estudio, a juzgar por la tasa de temporalidad (95,47 % y 84,63 %, respectivamente), siendo la tasa nacional del 91,42 %.
- El peso de la experiencia es muy importante, ya que no hay parados de primer empleo tanto en la ocupación en el sector como en el sector en estudio. El desempleo de larga duración en el sector del comercio minorista es 3,79 puntos inferior al de la ocupación en el sector y 2,11 puntos superior al nacional.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN DE LA OCUPACIÓN SEGÚN SEXO Y EDAD

Por sexo¹

Por grupos de edad¹

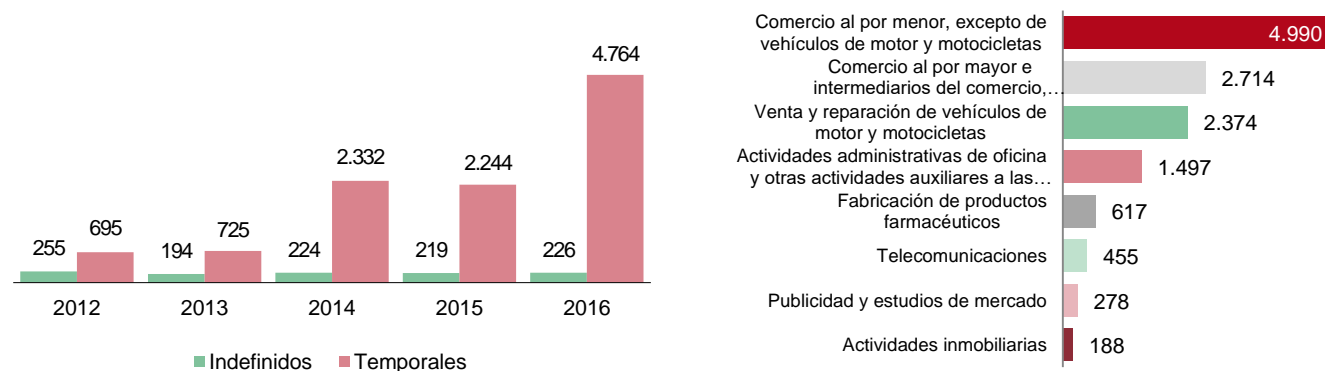


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

CONTRATACIÓN SEGÚN TEMPORALIDAD Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Por temporalidad¹

Actividades económicas que más contratan (año 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

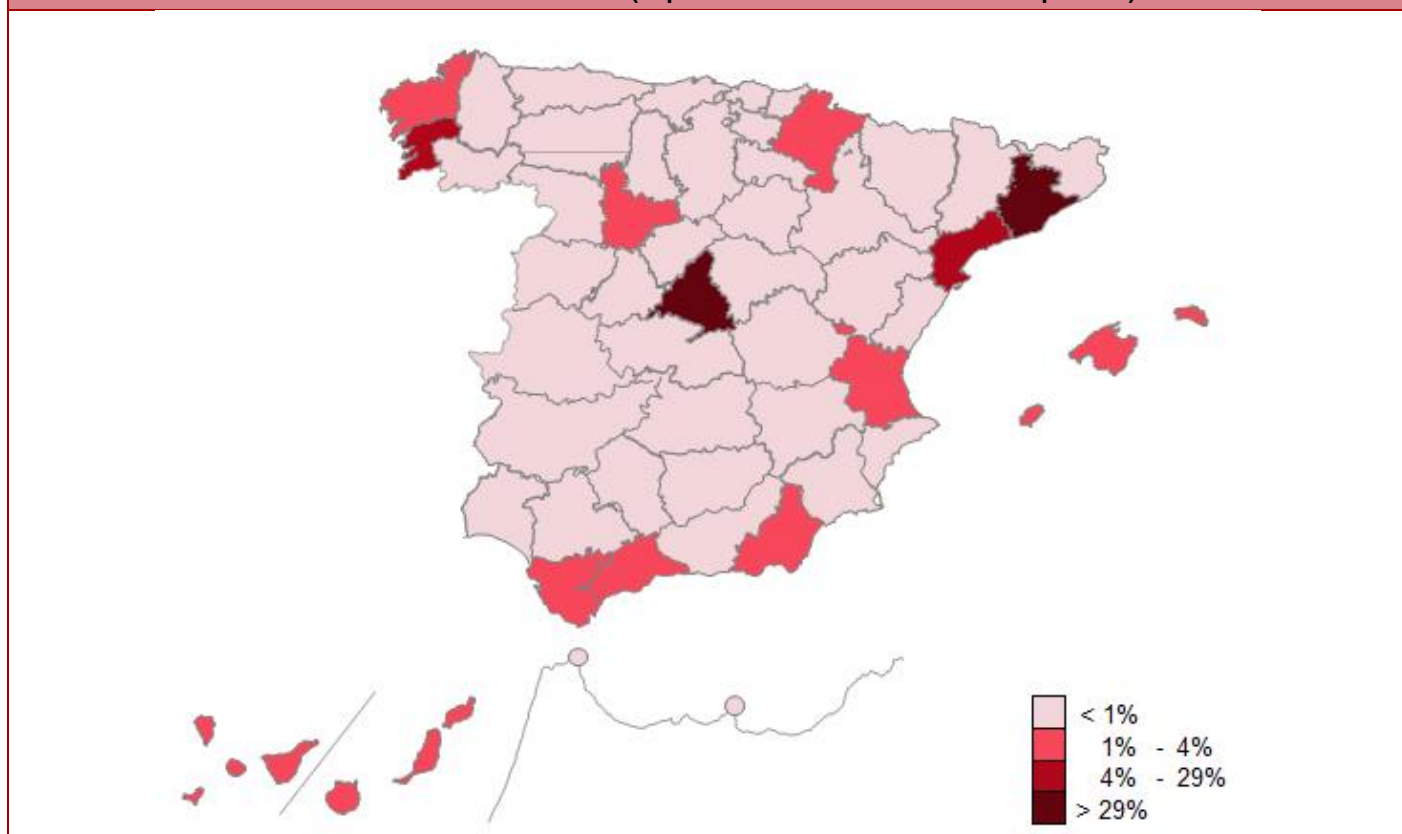
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	35	-35,19	4	-73,33	Coruña, A	173	-11,28	71	77,50	Ourense	33	-23,26	6	-25,00
Alicante/Alacant	255	-20,56	32	-52,94	Cuenca	5	-50,00	4	-42,86	Palencia	6	-25,00	0	-100,00
Almería	67	-20,24	130	333,33	Gipuzkoa	23	-45,24	26	225,00	Palmas, Las	556	-7,49	117	148,94
Araba/Álava	12	-20,00	48	71,43	Girona	60	-9,09	29	262,50	Pontevedra	129	4,03	235	1.136,84
Asturias	187	-7,88	6	-71,43	Granada	134	-20,24	14	-65,00	Rioja, La	10	150,00	2	0,00
Ávila	11	-21,43	1	0,00	Guadalajara	22	46,67	1	0,00	Salamanca	30	-26,83	5	-76,19
Badajoz	82	-3,53	14	-73,08	Huelva	52	-11,86	7	-22,22	Santa Cruz de Tenerife	526	-2,23	112	154,55
Balears, Illes	101	-12,93	87	-61,33	Huesca	11	-15,38	3	-40,00	Segovia	2	-50,00	1	0,00
Barcelona	365	-12,26	1.649	539,15	Jaén	50	-19,35	10	-47,37	Sevilla	309	-17,16	49	-52,43
Bizkaia	63	-4,55	25	-63,24	León	60	9,09	22	-38,89	Soria	3	200,00	1	-50,00
Burgos	24	-22,58	7	16,67	Lleida	27	22,73	6	-88,68	Tarragona	70	-22,22	254	647,06
Cáceres	14	-30,00	7	-50,00	Lugo	40	-2,44	3	-62,50	Teruel	1	-50,00	0	0,00
Cádiz	253	-15,38	51	-12,07	Madrid	508	-13,46	1.482	143,75	Toledo	49	-7,55	5	-28,57
Cantabria	69	-8,00	1	-80,00	Málaga	325	-17,72	70	-20,45	Valencia/València	271	-8,14	135	-6,90
Castellón/Castelló	29	-6,45	2	-84,62	Melilla	3	-25,00	0	0,00	Valladolid	50	-29,58	68	223,81
Ceuta	4	0,00	1	-50,00	Murcia	183	-7,58	47	-32,86	Zamora	13	-18,75	1	-80,00
Ciudad Real	13	-13,33	19	111,11	Navarra	31	63,16	53	783,33	Zaragoza	61	3,39	24	-41,46
Córdoba	79	-15,96	43	-46,91										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Profesionales de ventas técnicas y médicas (excepto las TIC) con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (33,05 %) se ubica en Barcelona, seguida de Madrid con el 29,70 %. En un segundo grupo se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 2 % y el 5 %, entre las que destacan Tarragona, Pontevedra, Valencia, Almería, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 23,63 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Barcelona y Madrid. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Illes Balears, Alicante, Pontevedra y Zaragoza, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- La ocupación de Profesionales de ventas técnicas y médicas se corresponde por un lado a un perfil comercial y por otro al de un técnico específico según el producto de venta.
- Es una ocupación en la que no quedan vacantes sin cubrir, se reemplazan en una media de 30 días. Es imprescindible la experiencia, normalmente de dos años, en comercio y concretamente en el sector al que va dirigido.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** en técnicas de venta y atención al cliente; gestión de reclamaciones; gestión de grandes cuentas (trabajo con grandes clientes, fidelización); integración de canales digitales a la gestión de la venta; inteligencia emocional; comercio electrónico.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente las relacionadas con el idioma inglés con nivel de usuario competente, especializado en lenguaje técnico. En cuanto a la ofimática, las necesidades de formación se encuentran en procesador de texto; hoja de cálculo; base de datos; correo electrónico; internet y redes sociales; todas ellas de nivel avanzado. En cuanto a conocimientos jurídicos, hay carencia de formación en normativa sobre consumo; medios de pago; prevención de riesgos laborales.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son operaciones aritméticas, cálculos utilizando decimales, porcentajes o fracciones; lectura y escritura de documentos cortos; realización de discursos o presentaciones; lectura y comprensión de informes, manuales, artículos, etc.; escucha activa y comprensiva en la comunicación. También hay carencias formativas en dirección, organización y planificación de las tareas del personal a su cargo; localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones; técnicas para realizar un trabajo coordinado con otras personas con un objetivo común.
- También hay falta de profesionales con competencias personales como responsabilidad; capacidad de trabajo; orientación al cliente y al logro de objetivos; iniciativa y dinamismo; proactividad; polivalencia; creatividad; capacidad de análisis; actitud positiva; competitividad; afán de superación; compromiso con la empresa; vocación comercial.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Gestión Comercial

Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet

Marketing

Máster en Dirección Comercial y Gestión de Ventas

Estudios de grado

Administración y Dirección de Empresa

Gestión Comercial

Gestión Comercial y Marketing

Marketing y Comunicación Digital

Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

Certificados de profesionalidad

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

CNO 2651 PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD Y LA COMERCIALIZACIÓN

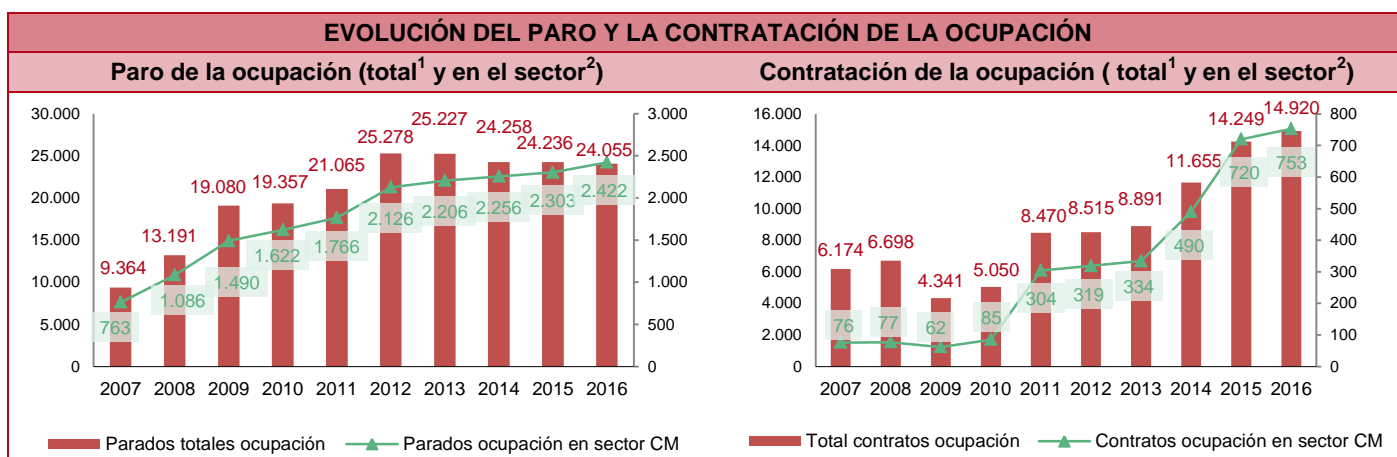
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Asesores de imagen.
- Redactores de publicidad.
- Técnicos en estudios de mercado y opinión pública (marketing).
- Técnicos en publicidad y/o relaciones públicas.
- Técnicos medios en investigación de mercados.
- Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas
- Técnicos superiores en investigación de mercados.

Los profesionales de la publicidad y la comercialización elaboran y coordinan estrategias y campañas de publicidad, determinan el mercado para nuevos productos y servicios e identifican y desarrollan oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios y para los existentes.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 24.055 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 0,75 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	27,00	26,53	44,35
Mujeres	73,00	73,47	55,65
Menores de 30 años	28,24	18,07	16,90
Mayores de 45 años	20,77	40,81	48,44
Extranjeros	4,54	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,94	2,68	3,87
Parados de larga duración	28,28	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	42,16	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

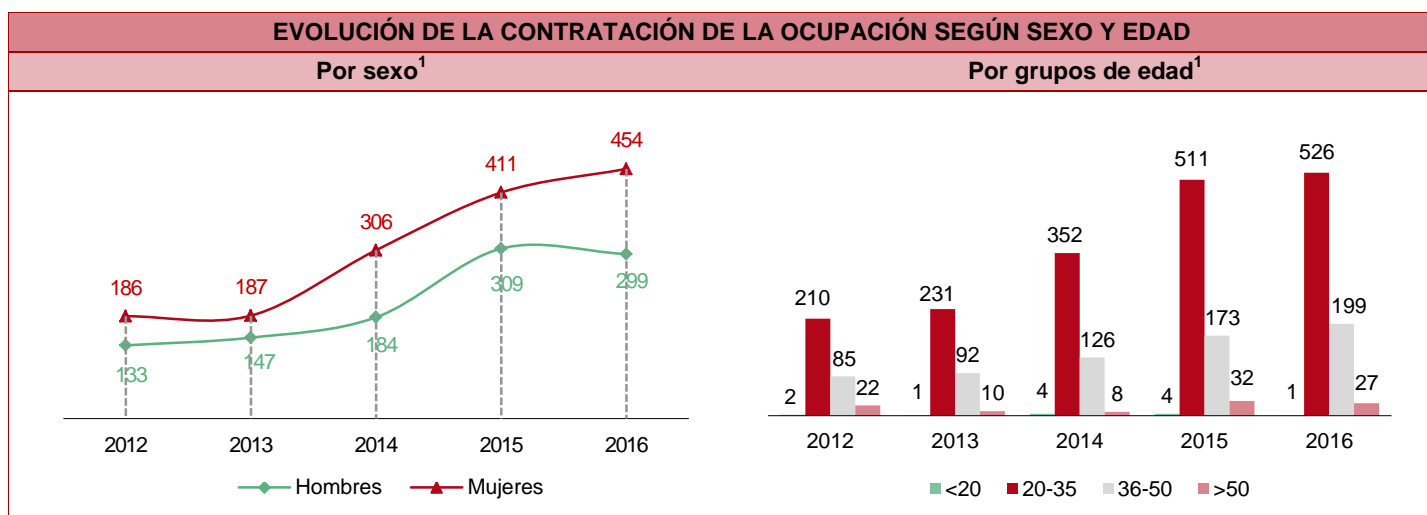
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 14.920 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 4,71 % si lo comparamos con el año anterior.

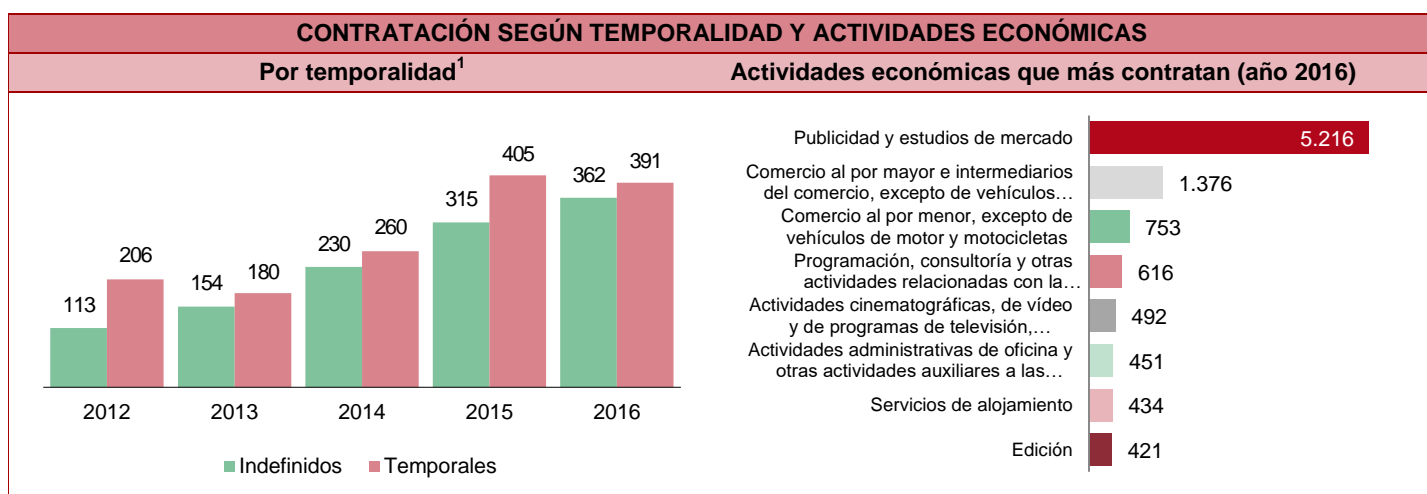
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	39,71	35,49	56,14
Mujeres	60,29	64,51	43,86
Menores de 30 años	47,68	51,37	34,54
Mayores de 45 años	7,84	11,96	23,39
Extranjeros	9,03	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,93	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,39	3,44	2,72
Indefinidos	48,07	15,37	8,58
Temporales	51,93	84,63	91,42
Rotación	1,10	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro de esta ocupación en el comercio minorista aumentó todos los años en el decenio, mientras que el paro de la ocupación en el conjunto de actividades creció hasta 2012 y al año siguiente inició un descenso hasta 2016, que supone una variación negativa del 4,84 %. Los contratos de la ocupación y los registrados dentro del sector objeto de estudio crecieron desde 2010 hasta 2016. La variación con respecto a 2007 es positiva tanto en el comercio minorista (890,79 %) como en el conjunto de actividades (141,66 %).
- Esta ocupación en el sector del comercio minorista es mayoritariamente femenina, ya que las mujeres registran alrededor del 60 % de los contratos y el 73 % de los desempleados, porcentajes que están un poco por debajo de los del sector y muy por encima de los nacionales.
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en octubre y un mínimo en julio. Mensualmente, aumenta de mayor a menor en enero, agosto, septiembre, octubre, marzo y febrero, y con respecto al año 2015 se registra un aumento en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en septiembre y en diciembre, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015, en orden de mayor a menor, son junio, febrero, enero y abril.
- La edad de los contratados en esta ocupación dentro del sector es joven, pues casi el 70 % tienen entre 20 y 35 años y más del 26 %, de 36 a 50. La tasa de menores de 30 años de la ocupación en el sector (47,68%) es inferior a la del comercio minorista (51,37 %) y a la del conjunto de actividades (34,54 %).
- La contratación de la ocupación dentro del comercio minorista presenta una tasa de estabilidad (48,07 %) muy superior a la del sector (15,37 %) y a la nacional (8,58 %).
- La experiencia es importante en esta ocupación en el sector y en el comercio minorista en conjunto, como lo indica el hecho de que no haya parados de primer empleo en ninguno de los dos. El desempleo de larga duración de la ocupación en el sector (28,28 %) es muy inferior al del comercio minorista (45,93 %) y al nacional (43,82 %).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



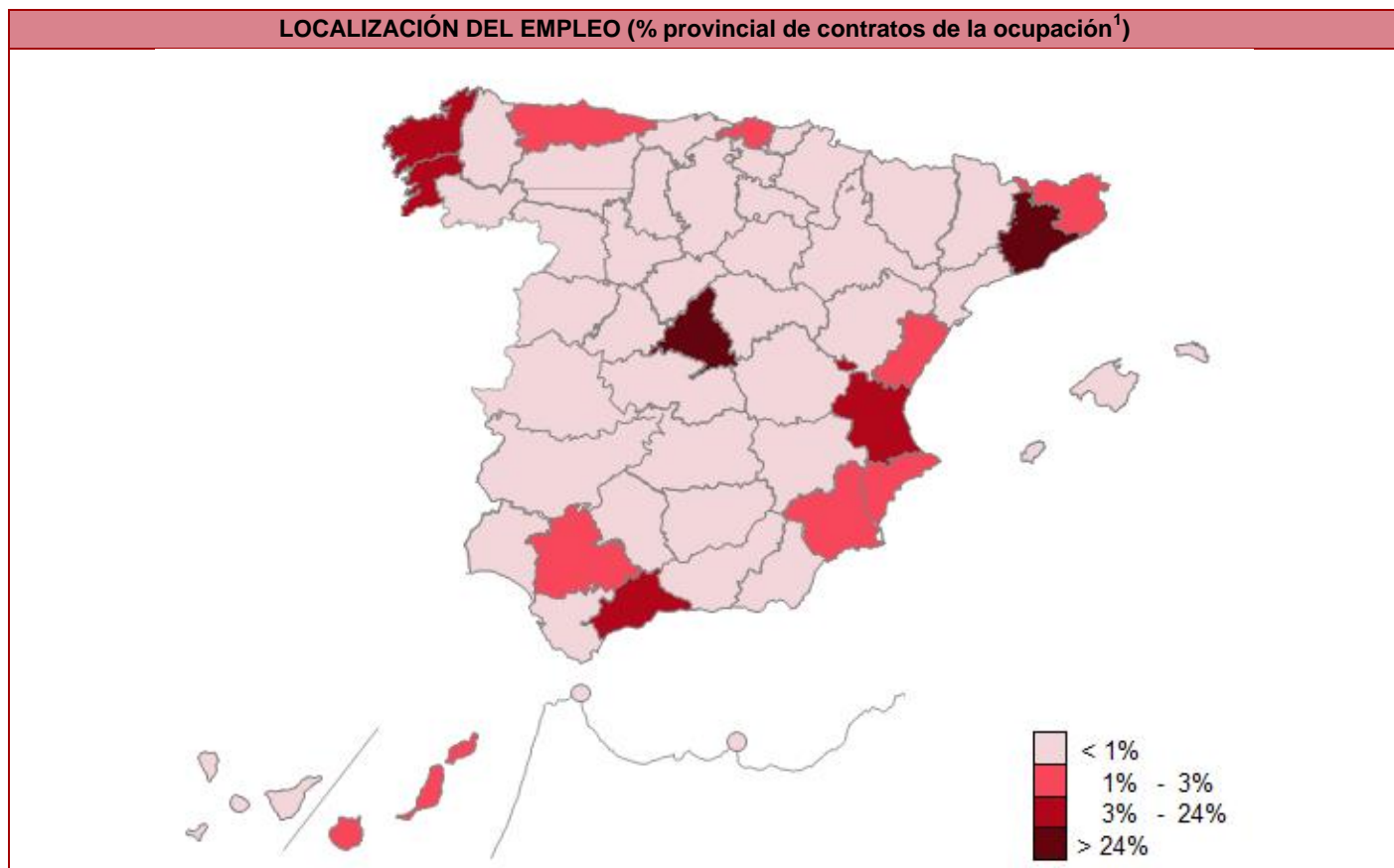
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	18	38,46	4	300,00	Coruña, A	46	-9,80	30	15,38	Ourense	6	-60,00	7	75,00
Alicante/Alacant	75	0,00	18	12,50	Cuenca	3	-25,00	1	0,00	Palencia	6	-45,45	1	0,00
Almería	17	41,67	1	-80,00	Gipuzkoa	42	2,44	3	200,00	Palmas, Las	49	28,95	12	71,43
Araba/Álava	26	52,94	0	-100,00	Girona	28	-15,15	9	-10,00	Pontevedra	40	17,65	36	-2,70
Asturias	50	-10,71	9	80,00	Granada	49	8,89	6	20,00	Rioja, La	6	-25,00	0	-100,00
Ávila	7	75,00	0	0,00	Guadalajara	12	9,09	0	-100,00	Salamanca	12	100,00	2	100,00
Badajoz	26	52,94	0	-100,00	Huelva	26	44,44	2	-60,00	Santa Cruz de Tenerife	43	-20,37	4	-55,56
Balears, Illes	29	-17,14	3	-57,14	Huesca	4	100,00	1	-50,00	Segovia	3	50,00	2	0,00
Barcelona	261	0,38	187	46,09	Jaén	11	0,00	2	0,00	Sevilla	136	24,77	15	-44,44
Bizkaia	71	-6,58	12	-7,69	León	16	14,29	2	-84,62	Soria	5	66,67	0	0,00
Burgos	10	-47,37	1	0,00	Lleida	5	0,00	4	-20,00	Tarragona	23	9,52	3	-40,00
Cáceres	7	-12,50	0	-100,00	Lugo	6	50,00	0	-100,00	Teruel	6	-14,29	1	0,00
Cádiz	86	19,44	3	-80,00	Madrid	667	10,25	235	-11,32	Toledo	19	26,67	6	100,00
Cantabria	27	22,73	0	-100,00	Málaga	104	7,22	46	70,37	Valencia/València	106	-21,48	37	68,18
Castellón/Castelló	15	-11,76	17	466,67	Melilla	0	0,00	1	0,00	Valladolid	32	-11,11	5	-37,50
Ceuta	2	0,00	0	0,00	Murcia	48	45,45	16	300,00	Zamora	5	-16,67	0	0,00
Ciudad Real	19	11,76	2	-33,33	Navarra	16	-36,00	1	-66,67	Zaragoza	60	5,26	5	-50,00
Córdoba	36	44,00	1	-80,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de profesionales de la publicidad y la comercialización con respecto al total nacional. Los mayores niveles de contratación se registran en Madrid (31,21 %) y Barcelona (24,83 %); en el segundo tramo (3–24 %) se encuentran principalmente provincias de la periferia como Málaga, Valencia, Pontevedra y A Coruña; en el tercer tramo (1-3 %) están las provincias de Alicante, Castellón, Murcia, Sevilla, Las Palmas, Bizkaia, Girona y Asturias. El resto de las provincias no alcanza ninguna el 1 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica en esta ocupación es del 20,05 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Madrid, Barcelona, A Coruña y Málaga. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Alicante, Guipuzkoa, Pontevedra, Tarragona y Zaragoza, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Es una ocupación en la que no quedan vacantes sin cubrir, se reemplazan en una media de treinta días. Es imprescindible tener experiencia de unos dos años.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** en comercio electrónico; promoción; técnicas de venta y atención al cliente; marketing digital. Del mismo modo, hay carencias formativas en firma y factura electrónica; terminales de venta electrónicos; escaparatismo; gestión de stocks y almacenamiento; técnicas de cierre de ventas; diseño gráfico; maquetación web; redacción publicitaria; relación con medios (radio, prensa); comunicación de eventos; posicionamiento SEO y SEM; producción y realización audiovisual; fotografía y software de edición; eficacia de las campañas a través de *Google Analytics*; *neuromarketing*; promociones y estrategias; *geomarketing*.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente las relacionadas con el idioma inglés con nivel de usuario competente. Puede demandarse además francés y alemán, aunque con nivel de usuario básico. En cuanto a la ofimática, las necesidades de formación se encuentran en procesador de texto; hoja de cálculo; base de datos; presentaciones; correo electrónico; internet y redes sociales; todas ellas con nivel avanzado. Es necesaria también formación financiera en contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas; medios de pago. En cuanto a conocimientos jurídicos, es necesaria formación en prevención de riesgos laborales; protección de datos.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son operaciones aritméticas, cálculos utilizando decimales, porcentajes o fracciones; lectura y escritura de documentos cortos; realización de discursos o presentaciones; lectura y comprensión de informes, manuales, artículos, etc.; escucha activa y comprensiva en la comunicación. También hay carencias formativas en dirección, organización y planificación de las tareas del personal a su cargo, así como en la localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones. Además se necesita formación en técnicas para realizar un trabajo coordinado con otras personas con un objetivo común.
- En lo que respecta a las competencias personales de esta ocupación, se solicita el entrenamiento para el desarrollo de las siguientes: proactividad; iniciativa y dinamismo; polivalencia; creatividad; capacidad para trabajar bajo presión; interés por las nuevas tecnologías; capacidad de visualización global y estratégica; flexibilidad y adaptación ante cambios estratégicos; capacidad analítica y sintética; empatía; aptitud comercial; implicación y compromiso en los objetivos de la empresa; espíritu empresarial y emprendedor.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Ciencias Empresariales/Master of Science in Management

Comunicación Digital

Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

Marketing y Comunicación Corporativa

Estudios de grado

Ciencias Empresariales - Management

Comunicación Digital

Comunicación Publicitaria

Comunicación y Relaciones Públicas

Marketing y Comunicación Comercial

Marketing y Comunicación Digital

Marketing y Comunicación Empresarial

Marketing y Comunicación

Marketing y Comunidades Digitales

Marketing y Dirección Comercial

Publicidad, Marketing y Relaciones Públicas

Publicidad

Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing

Publicidad y Relaciones Públicas

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

[Técnico Superior en Marketing y Publicidad](#)

Certificados de profesionalidad

[Asistencia a la investigación de mercados COMM0111](#)

[Gestión de marketing y comunicación COMM0112](#)

CNO 2653 PROFESIONALES DE LA VENTA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

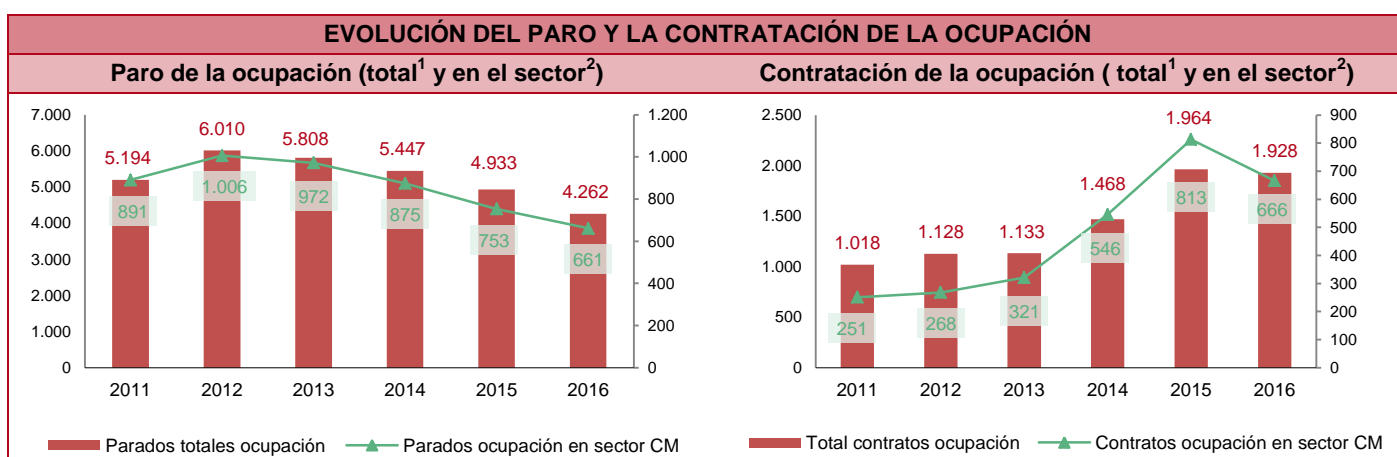
En este grupo primario ocupacional, se enmarca la siguiente ocupación relacionada con el sector comercio minorista:

- Vendedores técnicos de equipos y material de informática.

Los profesionales de la venta de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) venden, a escala mayorista, equipos, software y otros bienes y servicios de TIC, incluidas instalaciones, y suministran información especializada según se requiera.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 4.262 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 13,60 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	78,82	26,53	44,35
Mujeres	21,18	73,47	55,65
Menores de 30 años	23,75	18,07	16,90
Mayores de 45 años	25,72	40,81	48,44
Extranjeros	3,78	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,72	2,68	3,87
Parados de larga duración	40,09	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	40,70	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

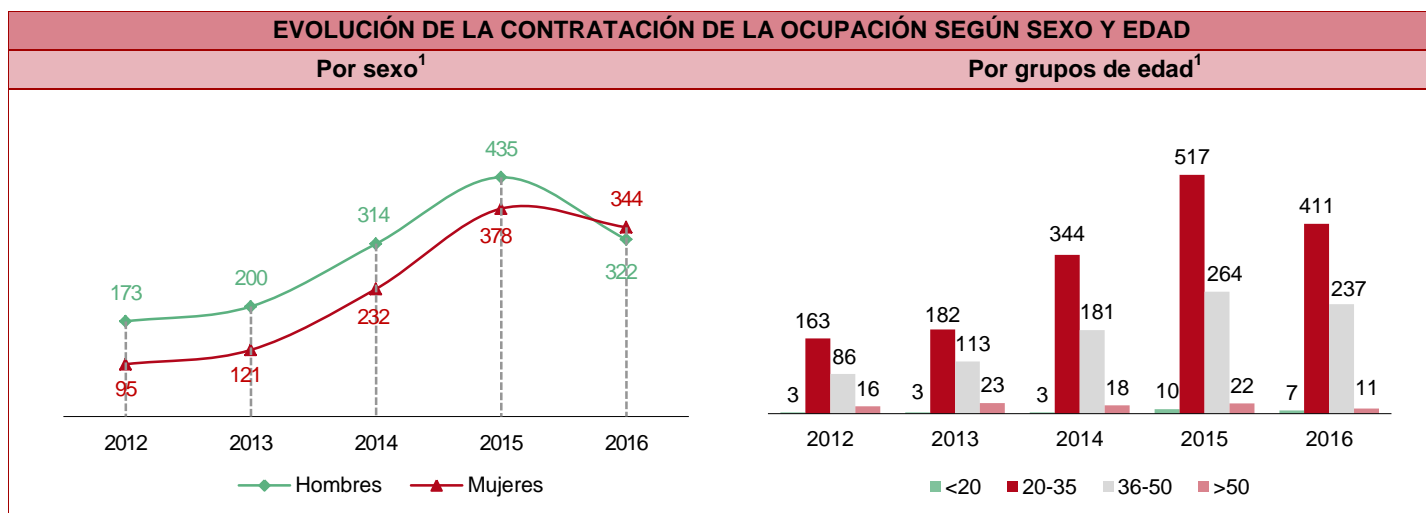
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 1.928 contratos en esta ocupación, lo que representa un descenso del 1,83 % si lo comparamos con el año anterior.

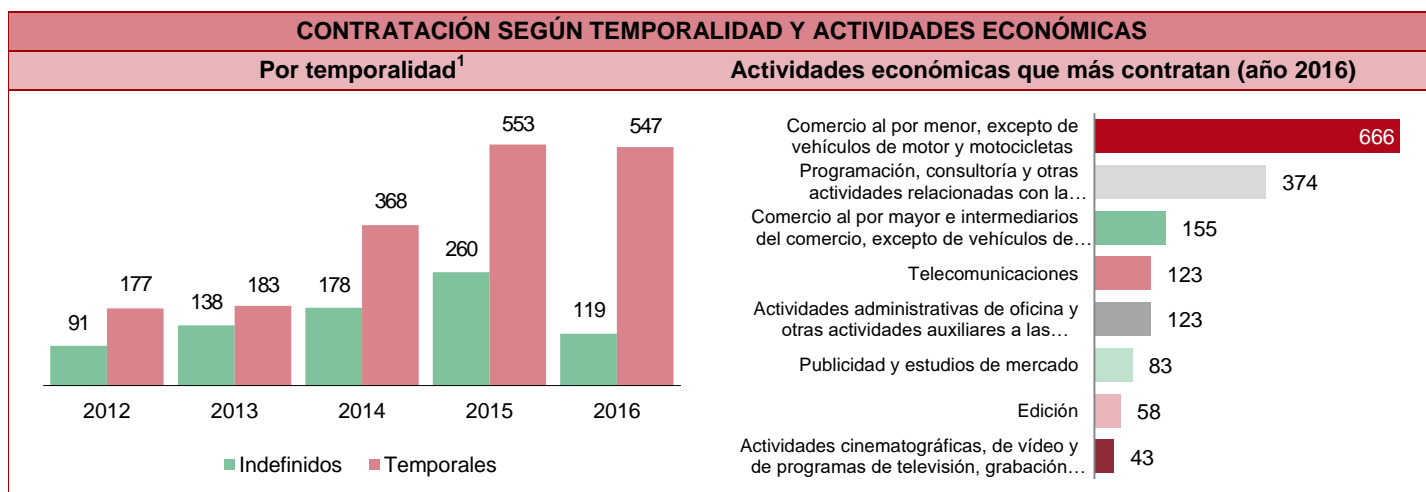
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	48,35	35,49	56,14
Mujeres	51,65	64,51	43,86
Menores de 30 años	34,08	51,37	34,54
Mayores de 45 años	8,41	11,96	23,39
Extranjeros	6,76	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,75	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,40	3,44	2,72
Indefinidos	17,87	15,37	8,58
Temporales	82,13	84,63	91,42
Rotación	1,41	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total de la ocupación y del sector aumentó en 2012, a partir del año siguiente decreció de forma continuada hasta 2016, experimentando una variación negativa en el período del 29,08 % y 34,29 %, respectivamente. Los contratos van en aumento tanto los del total de la ocupación como en el sector comercio minorista hasta 2015, con un descenso en ambos casos en el último año del sexenio del 1,83 % y del 18,08 %, respectivamente.
- La contratación es mayoritariamente femenina tanto en el sector objeto de estudio (64,51 %) como en la ocupación en el sector del comercio minorista (51,65 %), en cambio en cuanto al paro las mujeres son mayoría en el sector (73,47 %) pero no en la ocupación en el sector (21,18 %).
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en febrero y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta, en orden de mayor a menor, en enero, febrero, octubre, agosto y septiembre, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en agosto y en enero, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son de mayor a menor abril y agosto.
- La edad de los contratados en el sector en estudio es joven, de manera que alrededor del 62 % tienen entre 20 y 35 años y en torno al 36 % tienen de 36 a 50 años. La tasa de menores de 30 años del sector comercio minorista es del 51,37 %, superior a la de la ocupación en el sector y a la nacional, 34,08 % y 34,54 %, respectivamente.
- La contratación indefinida de la ocupación en el sector es mayor a la del sector en estudio, a juzgar por la tasa de estabilidad (17,87 % y 15,37 %, respectivamente), además ambas superan la total nacional que es del 8,58 %. El peso de la experiencia es muy importante, ya que no hay parados de primer empleo tanto en el sector en estudio como en la ocupación en el sector. El desempleo de larga duración del sector comercio minorista es 2,11 puntos superior al nacional y 5,84 puntos superior al de la ocupación en el sector.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

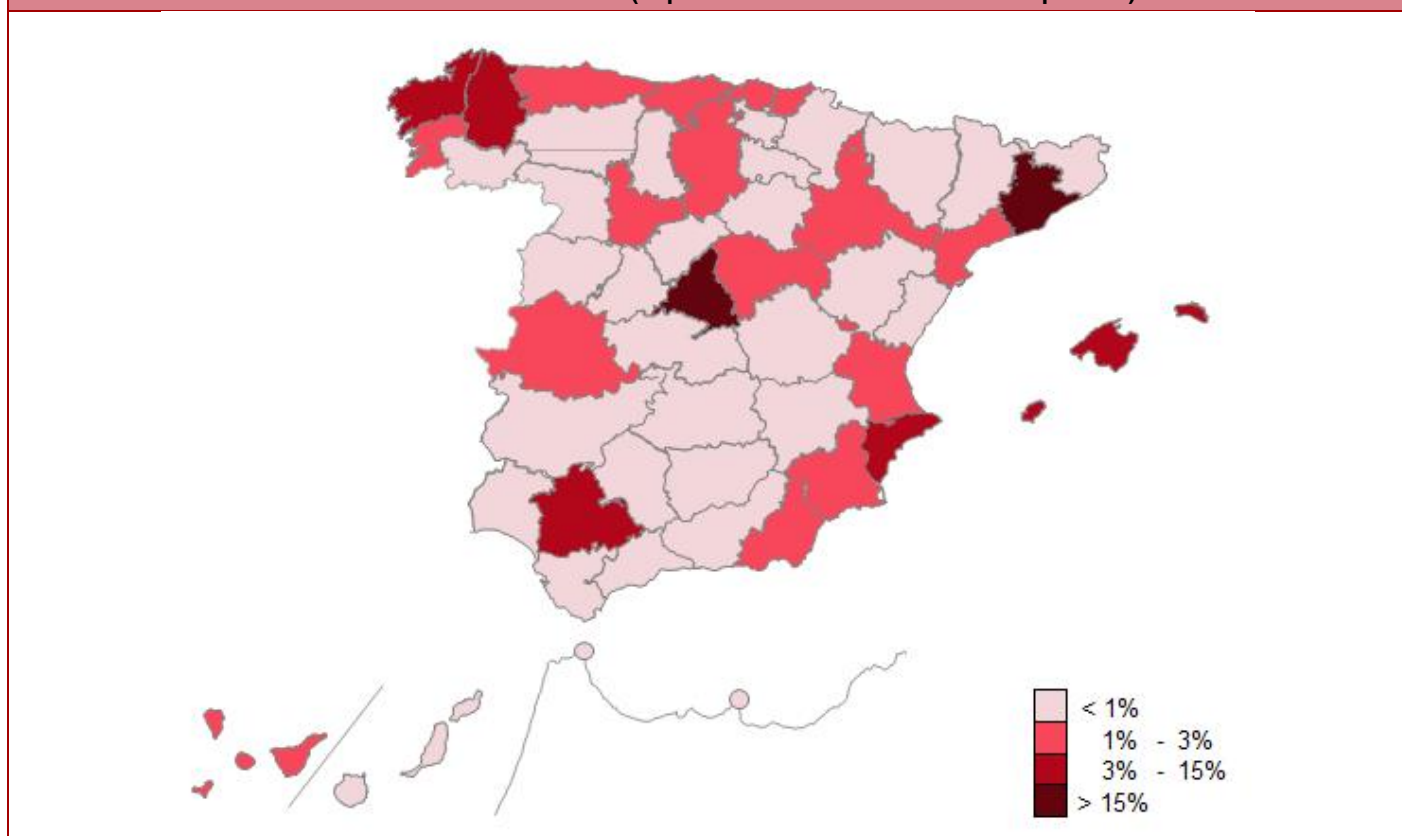
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	5	66,67	3	0,00	Coruña, A	16	-30,43	25	19,05	Ourense	3	-57,14	3	-25,00
Alicante/Alacant	39	-20,41	26	-44,68	Cuenca	0	0,00	1	0,00	Palencia	4	300,00	0	-100,00
Almería	13	8,33	10	100,00	Gipuzkoa	8	-11,11	7	250,00	Palmas, Las	27	-3,57	5	66,67
Araba/Álava	4	-33,33	5	25,00	Girona	9	125,00	4	100,00	Pontevedra	17	-19,05	14	-33,33
Asturias	17	-32,00	17	-57,50	Granada	11	-54,17	3	50,00	Rioja, La	3	-57,14	3	-66,67
Ávila	2	0,00	0	0,00	Guadalajara	3	-50,00	11	1.000,00	Salamanca	7	-22,22	3	-25,00
Badajoz	6	0,00	2	100,00	Huelva	7	-12,50	3	-40,00	Santa Cruz de Tenerife	32	6,67	16	60,00
Balears, Illes	8	-20,00	31	-32,61	Huesca	2	0,00	0	-100,00	Segovia	1	0,00	0	0,00
Barcelona	45	-6,25	101	-30,34	Jaén	5	-28,57	5	0,00	Sevilla	33	-25,00	20	-13,04
Bizkaia	30	7,14	9	-35,71	León	8	60,00	4	-55,56	Soria	0	100,00	0	0,00
Burgos	2	0,00	9	-35,71	Lleida	3	0,00	6	20,00	Tarragona	5	25,00	13	85,71
Cáceres	6	20,00	7	0,00	Lugo	4	100,00	66	0,00	Teruel	0	0,00	1	0,00
Cádiz	20	-33,33	2	-71,43	Madrid	84	3,70	127	-39,81	Toledo	10	0,00	4	0,00
Cantabria	11	-8,33	18	38,46	Málaga	36	5,88	6	-40,00	Valencia/València	35	-39,66	11	-57,69
Castellón/Castelló	9	-30,77	4	-55,56	Melilla	0	0,00	0	0,00	Valladolid	5	-44,44	19	-36,67
Ceuta	0	-100,00	0	0,00	Murcia	21	-19,23	15	-51,61	Zamora	2	-33,33	0	-100,00
Ciudad Real	1	-50,00	3	0,00	Navarra	7	133,33	5	-54,55	Zaragoza	11	-15,38	17	70,00
Córdoba	24	50,00	2	-60,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de profesionales de la venta de tecnologías de la información y las comunicaciones con respecto al total nacional; el mayor número de contratos (19,07 %) se registra en Madrid, seguida de Barcelona con el 15,17 % y Lugo con el 9,91 %. En un segundo grupo se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 2 % y el 5 %, entre las que destacan Illes Balears, Alicante, A Coruña, Sevilla, Valladolid, Cantabria, Asturias, Zaragoza, Santa Cruz de Tenerife, Murcia y Pontevedra. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica en esta ocupación es del 13,81 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Madrid, Barcelona, Alicante y Guadalajara. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Toledo, Cádiz, Lugo, Valencia y Ceuta, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por las empresas consultadas de este sector:

- Para los profesionales de la venta de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), se requiere un perfil con conocimientos de informática a nivel de hardware (ordenadores, impresoras, *scanners*) o de software (sistemas operativos, Windows, Linux, IOS, Android). También se requieren conocimientos relacionados con las telecomunicaciones, tales como sistemas de cableado estructurado; fibra óptica; SWITCHING; ROUTING; WIRELESS; STORAGE; redes; servidores; sistemas de almacenamiento; sistemas de vigilancia. Se requieren asimismo conocimientos ofimáticos en aplicaciones de gestión ERP; CRM; BPM; *e-commerce*; escritorios virtuales; CITRIX; VMWARE.
- Se prevé una tendencia de la ocupación de mantenimiento, pero con tendencia al crecimiento. No quedan vacantes sin cubrir, se reemplazan inmediatamente. Es imprescindible tener experiencia de unos 2 años.
- Existen necesidades formativas **técnico profesionales** relacionadas con la reparación de móviles y tablets, concretamente en electrónica básica; microsoldadura; diagnóstico de averías; cambios de pantalla de tablets y de móviles; cambio de conectores de carga; montaje y reparación de equipos con instalación de sistemas operativos; reparaciones avanzadas de soldaduras y reballing. Además es necesario formarse en técnicas de venta; técnicas de cierre de ventas; promoción; atención al cliente. A corto y medio plazo, se pueden generar necesidades de formación debido a que en este sector constantemente salen al mercado nuevos productos con nuevas tecnologías y es necesario ponerse al día, aprender su funcionamiento, posibles fallos y sus reparaciones.
- En lo relativo a **competencias transversales** hay necesidades formativas especialmente en idioma inglés con nivel de usuario básico en comprensión lectora, expresión oral y escritura, y nivel de usuario independiente en comprensión auditiva e interacción oral. El castellano y el catalán, en el ámbito de la comunidad autónoma, también son requeridos en algunas ocasiones. Puede demandarse además francés y alemán, aunque con nivel de usuario básico. En cuanto a la ofimática, las necesidades de formación se encuentran en procesador de texto; hoja de cálculo; base de datos; presentaciones; correo electrónico; internet y redes sociales; todas ellas de nivel avanzado. Es necesaria también formación financiera en contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas; medios de financiación; medios de pago. En cuanto a conocimientos jurídicos, es necesaria formación en organización del trabajo y gestión de RR.HH.; prevención de riesgos laborales; legislación sobre protección de datos; legislación comercial/venta; normas y sistemas de calidad.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son lectura y escritura de documentos cortos; lectura y comprensión de informes, manuales, artículos, etc.; escucha activa y comprensiva en la comunicación; dirección, organización y planificación de las tareas del personal a su cargo; localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones. Además hay falta de profesionales con competencias personales como polivalencia; iniciativa y dinamismo; orientación al logro de resultados; responsabilidad; proactividad; creatividad; compromiso.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Administración y Dirección de Empresas / Máster in Business Administration
Derecho Empresarial
Gestión Comercial
Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet
Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales
Marketing y Publicidad Digital

Estudios de grado

Comercio y Marketing
Gestión Comercial y Marketing
Informática
Ingeniería

CNO 3510 AGENTES Y REPRESENTANTES COMERCIALES

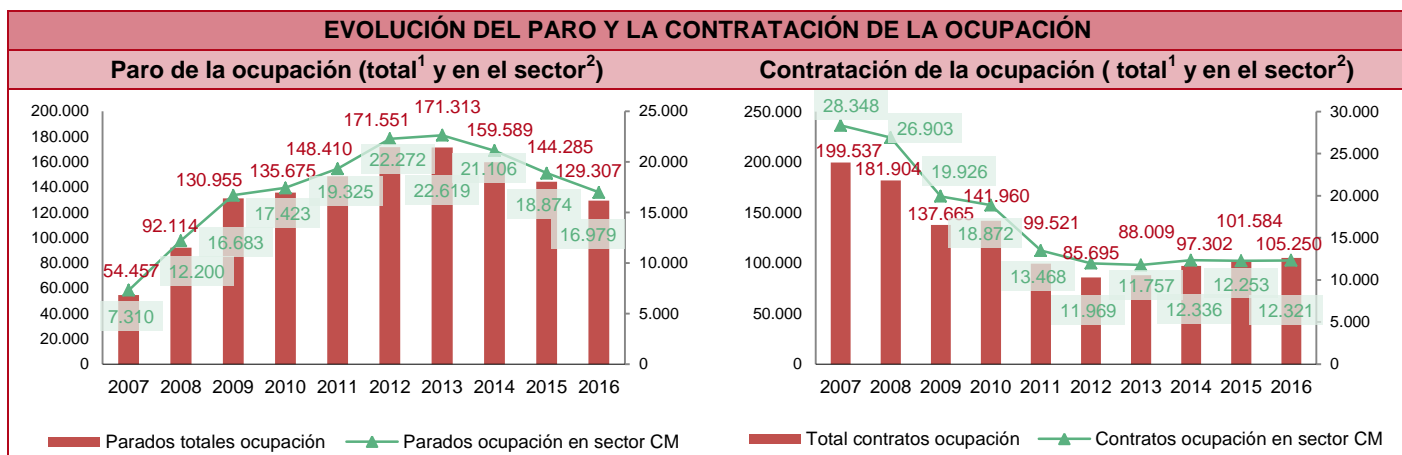
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Agentes comerciales.
- Delegados comerciales, en general.
- Representantes de comercio, en general.

Los agentes y representantes comerciales ejercen la representación de las compañías en la venta de sus productos, bienes y servicios, a empresas y/o organizaciones y proporcionan información específica sobre los mismos.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 129.307 personas inscritas, lo que supone un descenso del 10,38 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	56,70	26,53	44,35
Mujeres	43,30	73,47	55,65
Menores de 30 años	7,70	18,07	16,90
Mayores de 45 años	58,53	40,81	48,44
Extranjeros	5,06	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,25	2,68	3,87
Parados de larga duración	45,12	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	49,57	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

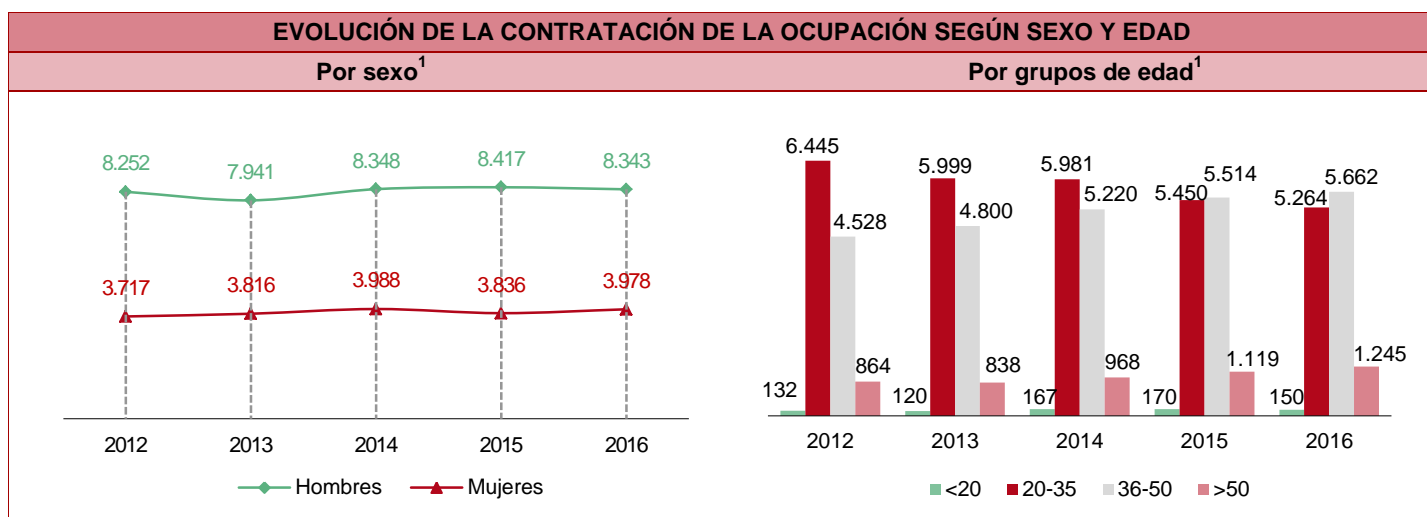
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 105.250 contratos, lo que representa un aumento del 3,61 % si lo comparamos con el año anterior.

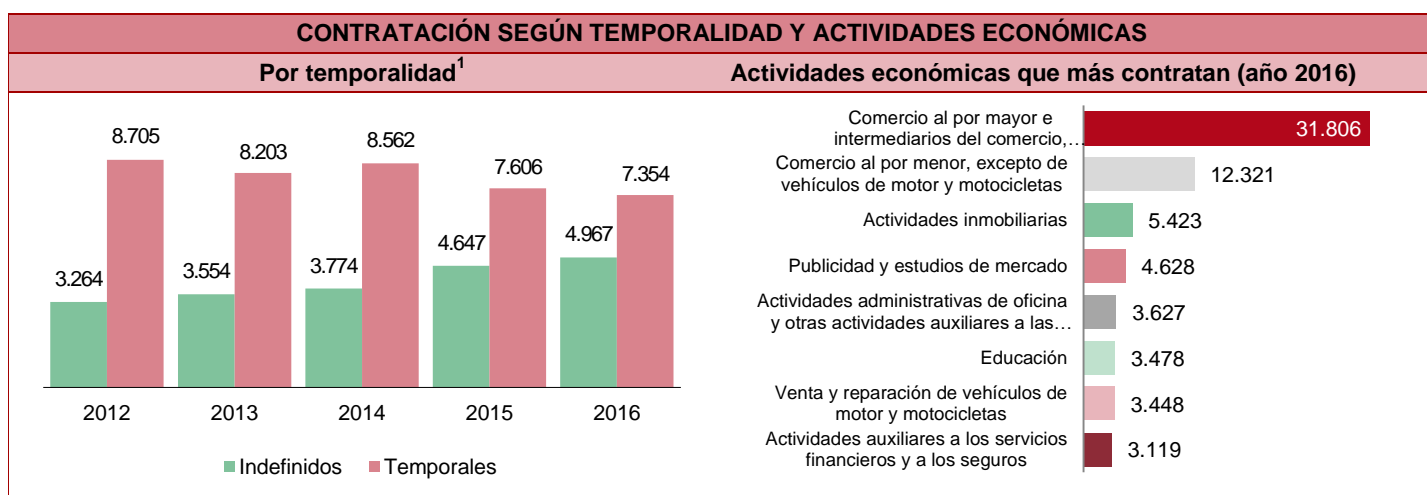
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	67,71	35,49	56,14
Mujeres	32,29	64,51	43,86
Menores de 30 años	24,02	51,37	34,54
Mayores de 45 años	23,29	11,96	23,39
Extranjeros	6,64	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,08	0,92	1,34
Parados de larga duración	5,14	3,44	2,72
Indefinidos	40,31	15,37	8,58
Temporales	59,69	84,63	91,42
Rotación	1,11	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- A partir de 2013 el número de desempleados empezó a descender –cada año, lo ha hecho a mayor ritmo– y la contratación a crecer –a un ritmo más irregular e inferior al de la pérdida de demandantes parados–, mientras que en el sector del comercio minorista se inició un año más tarde, con ritmos similares en el descenso de los parados, pero con una evolución de la contratación menos favorable –incrementos interanuales inferiores a los del conjunto e, incluso, una ligera caída del número de contratos en 2015–. En el último lustro, el desempleo en el sector se redujo casi un 24 % pero la contratación solo creció en torno a un 3 %, mientras que en el conjunto las cifras se situaron alrededor del 25 % y del 23 %, respectivamente.
- En el sector, todos los meses de 2016 registraron descensos del número de parados respecto a los mismos meses del año anterior, que no se tradujeron paralelamente en sendos incrementos de la contratación, ya que solo en seis de ellos creció el número de contratos.
- La distribución por sexo dentro del sector está más desequilibrada en la contratación que en el desempleo y, en ambos casos, a favor de los varones –las brechas de género en 2016 superaron los 35 y 13 puntos porcentuales, respectivamente–. Por edad, la proporción de mayores de 45 años ha ido creciendo progresivamente tanto entre los demandantes parados como en la contratación hasta alcanzar en 2016 las tasas más altas de la década, mientras que la representatividad de los menores de 30 años ha ido reduciéndose en ambos indicadores.
- La estabilidad laboral de esta ocupación ha aumentado en el último quinquenio en el sector del comercio minorista hasta superar el 40 % –la tasa más alta de la década– y es mayor que la media del sector y la nacional. La contratación temporal ha caído cerca del 16 %, mientras que la indefinida ha crecido por encima del 52 % en ese período. Por otra parte, ha disminuido la tasa de parados de larga duración en los dos últimos años.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

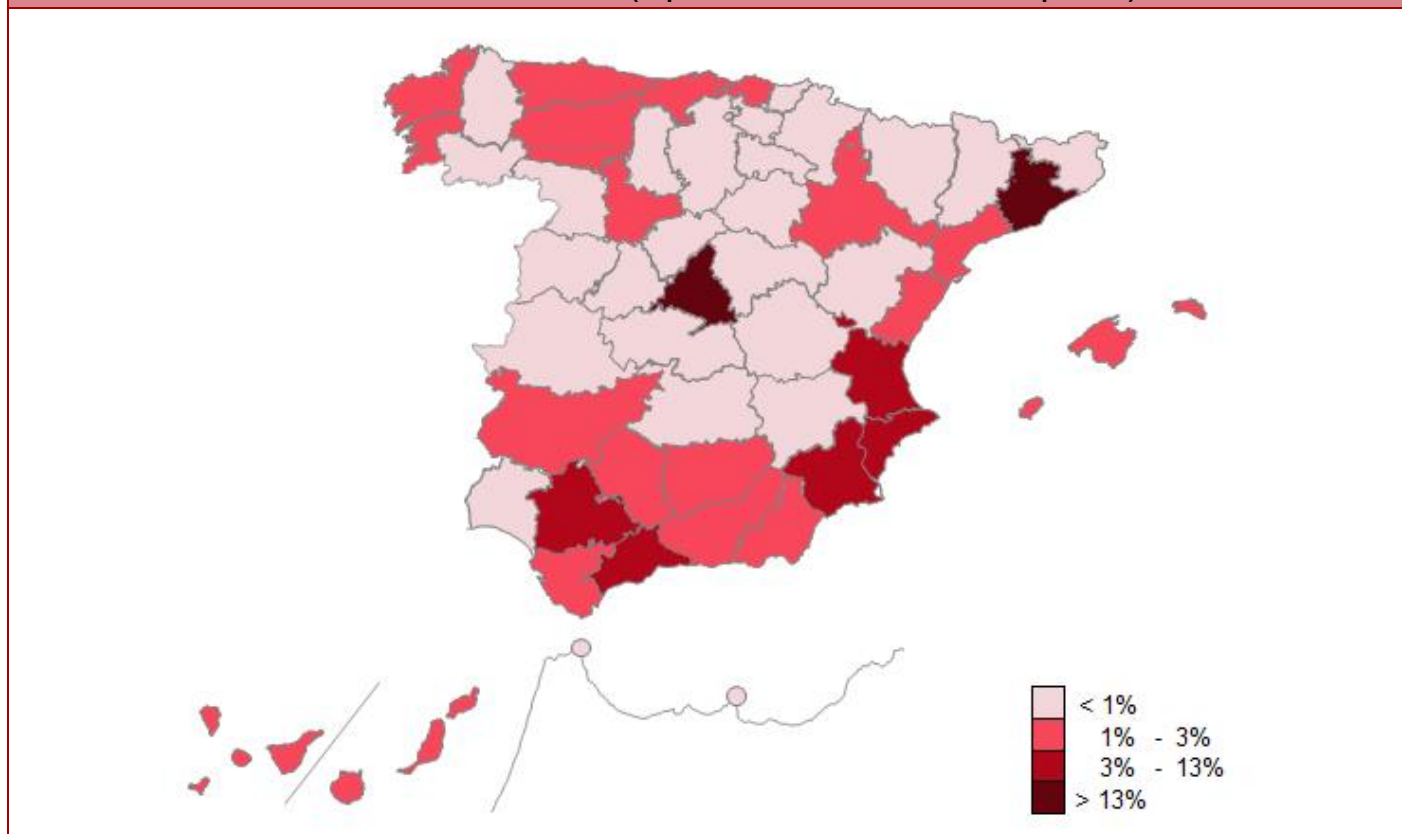
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	144	-13,25	67	-20,24	Coruña, A	469	-17,43	241	-12,68	Ourense	82	-4,65	53	-13,11
Alicante/Alacant	1.026	-10,47	461	14,11	Cuenca	38	-11,63	21	0,00	Palencia	26	-31,58	8	-33,33
Almería	211	-16,60	164	8,61	Gipuzkoa	136	-5,56	120	-14,29	Palmas, Las	627	-4,27	347	-0,86
Araba/Álava	48	-29,41	48	-18,64	Girona	239	-9,81	101	-36,08	Pontevedra	507	-7,65	229	6,51
Asturias	458	-8,22	270	-13,18	Granada	383	-16,74	340	33,33	Rioja, La	71	-20,22	57	-6,56
Ávila	46	-8,00	15	-31,82	Guadalajara	57	-18,57	4	-50,00	Salamanca	133	0,00	87	31,82
Badajoz	194	-6,28	201	-20,87	Huelva	167	-10,70	69	23,21	Santa Cruz de Tenerife	631	1,94	328	-0,91
Balears, Illes	263	-28,92	302	5,96	Huesca	45	-2,17	33	17,86	Segovia	20	-35,48	12	0,00
Barcelona	1.928	-14,77	1.685	6,51	Jaén	146	-10,43	142	32,71	Sevilla	899	-12,72	739	-0,81
Bizkaia	294	-7,55	304	8,19	León	117	-4,10	177	41,60	Soria	15	15,38	14	40,00
Burgos	96	-12,73	59	1,72	Lleida	140	-2,10	59	1,72	Tarragona	273	-7,46	217	4,83
Cáceres	95	-11,21	64	-12,33	Lugo	85	7,59	29	-40,82	Teruel	20	42,86	24	26,32
Cádiz	633	-3,06	209	-7,93	Madrid	1.713	-10,41	1.972	3,46	Toledo	243	-11,96	120	27,66
Cantabria	188	-7,39	156	31,09	Málaga	791	-14,39	457	-27,34	Valencia/València	1.233	-1,20	907	3,07
Castellón/Castelló	241	-7,31	180	31,39	Melilla	11	-8,33	12	-50,00	Valladolid	193	-7,66	163	-1,21
Ceuta	6	-45,45	10	150,00	Murcia	587	-5,48	425	5,99	Zamora	49	-15,52	36	-38,98
Ciudad Real	192	-7,69	75	-12,79	Navarra	136	-4,23	76	-5,00	Zaragoza	310	-7,46	269	2,28
Córdoba	324	-19,80	162	-33,88										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

En el mapa anterior, que refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Agentes y representantes comerciales con respecto al total nacional, destacan dos provincias, Madrid y Barcelona, que han concentrado el 16,01 % y el 13,68 % de los contratos de esta ocupación dentro del sector del comercio minorista en 2016. Les siguen en importancia otras cinco: Valencia/València, Sevilla, Alicante/Alacant, Málaga y Murcia, que han agrupado un volumen de contratos menor pero significativo –entre el 7,36 % de Valencia y el 3,45 % de Murcia–. En torno a un 10 % de los contratos de la ocupación en el sector se ha distribuido entre la mitad de las provincias, no alcanzando ninguna de ellas el 1 % del total.

La tasa de movilidad geográfica interprovincial en esta ocupación es del 18,72 %, superior a la del sector del comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad –el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias es mayor que el de los que salen hacia otras– han sido Madrid, Barcelona y Sevilla. Por el contrario, los saldos más negativos –los contratos que salen son más que los que entran– se han observado en Ciudad Real, Córdoba, Alicante/Alacant y Toledo, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por las empresas consultadas de este sector:

- Las perspectivas de empleo de la ocupación son altas y las vacantes no suelen cubrirse fácilmente. En la mayoría de las ofertas de trabajo no consta como requisito titulación ni nivel profesional concreto; los cambios previsibles en las competencias vienen determinados por los cambios del mercado y la aplicación de las nuevas tecnologías emergentes. Por lo general, se requiere experiencia laboral –de uno a dos años– y disponibilidad para viajar –frecuentemente con vehículo propio–. El emprendimiento en esta ocupación es muy frecuente y sus profesionales mayoritariamente son trabajadores autónomos. Por otra parte, es una profesión muy competitiva, orientada a cumplimiento de objetivos.
- Las principales **necesidades de formación técnico profesional** detectadas se centran en las nuevas tecnologías aplicadas a las ventas, como el marketing digital, la firma y la factura electrónicas, y así como otras de especialización en la gestión de campañas y estrategias, la calidad, técnicas de prospección y análisis de mercados, técnicas de venta y de fidelización del cliente. Existen necesidades formativas también en aspectos relacionados con calidad, técnicas de comunicación, negociación y de desarrollo de habilidades comerciales. Hay que añadir, además, los conocimientos técnicos de los productos o servicios que se comercializan.
- También se ponen de manifiesto necesidades formativas en **competencias transversales** relacionadas con los idiomas, con conocimientos de ofimática avanzados, conocimientos de contabilidad y medios de pago, legislación comercial, en prevención de riesgos laborales y protección de datos y escucha activa y comprensión en la comunicación. Respecto a los idiomas, se requieren conocimientos principalmente de inglés a nivel de usuario independiente y de alemán a nivel de usuario básico en comprensión auditiva y en interacción oral.
- Las **competencias y aptitudes personales** más demandadas son la polivalencia, el liderazgo, la capacidad para trabajar en equipo, la iniciativa, la creatividad y una alta capacidad resolutiva en conflictos y en toma de decisiones. Otros aspectos importantes a considerar son la motivación, buenas cualidades en la comunicación telefónica, la orientación al cliente y el compromiso con la organización.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

CNO 3522 AGENTES DE COMPRAS

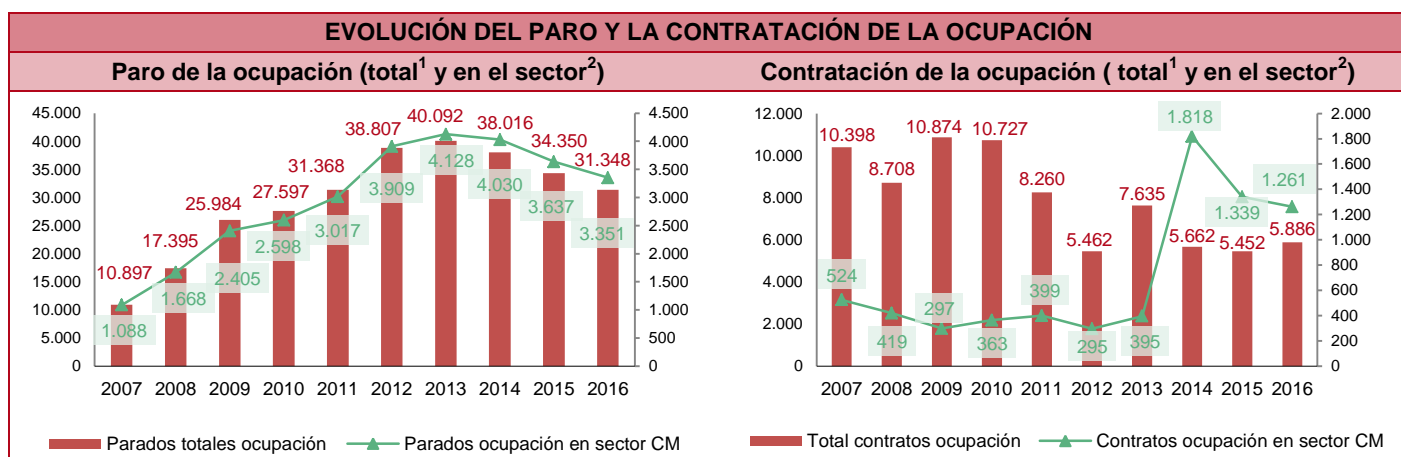
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Agentes de compras.
- Técnicos en comercio exterior.
- Técnicos en gestión de stocks y/o almacén.
- Gestores de almacén.

Los agentes de compras gestionan la compra de bienes y servicios para su uso o para la reventa en nombre de establecimientos industriales, comerciales o gubernamentales o de otras organizaciones.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 31.348 personas inscritas, lo que supone un descenso del 8,74 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	54,16	26,53	44,35
Mujeres	45,84	73,47	55,65
Menores de 30 años	12,09	18,07	16,90
Mayores de 45 años	46,70	40,81	48,44
Extranjeros	5,25	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,36	2,68	3,87
Parados de larga duración	43,18	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	49,36	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

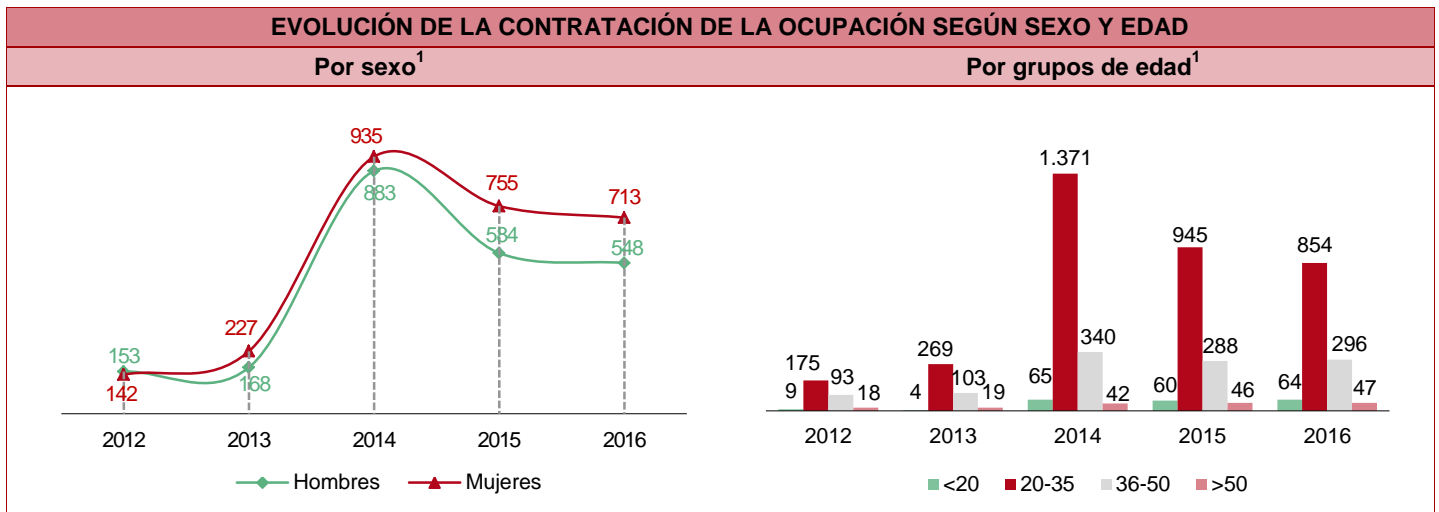
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 5.886 contratos, lo que representa un aumento del 7,96 % si lo comparamos con el año anterior.

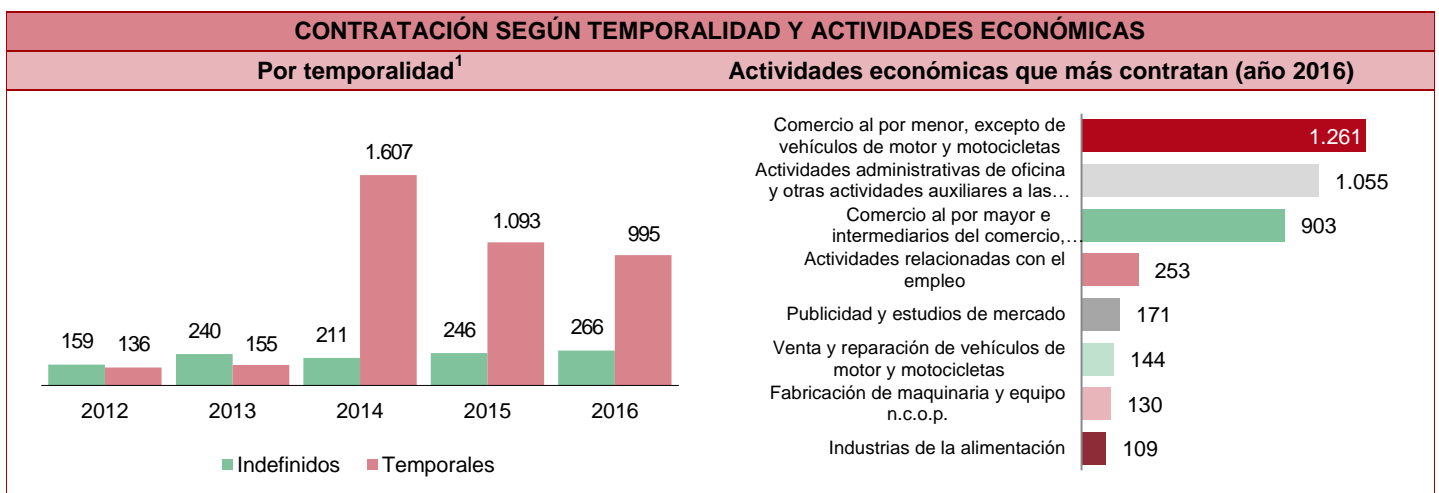
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	43,46	35,49	56,14
Mujeres	56,54	64,51	43,86
Menores de 30 años	55,43	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,55	11,96	23,39
Extranjeros	9,83	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,87	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,81	3,44	2,72
Indefinidos	21,09	15,37	8,58
Temporales	78,91	84,63	91,42
Rotación	1,09	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El número de demandantes parados cayó en los últimos tres años –algo menos en el sector del comercio minorista que en el conjunto–, pero la evolución de la contratación ha sido muy irregular en ambos ámbitos, más favorable para el sector, con un incremento quinquenal superior al 327 % frente a un casi 8 % del conjunto; además, en 2014, los contratos del sector casi quintuplicaron los del año precedente, registrando el máximo de la década, mientras que el conjunto contabilizó una pérdida interanual cercana al 26 %, aunque en el último año la situación se ha invertido.
- Todos los meses de 2016 registraron menos desempleados en la ocupación, dentro del sector, que en los correspondientes del año anterior, pero se produjeron pérdidas en la contratación desde marzo a agosto. La media mensual ha sido de 107 contratos –la máxima contratación, en octubre y, la menor, en agosto–.
- En 2016, en el sector del comercio minorista, más del 54 % de los desempleados que demandaban empleo en la ocupación eran varones, mientras que en torno al 57 % de los contratos fueron suscritos por mujeres. En ambos casos, las diferencias de género fueron menores en la ocupación que en el conjunto del sector.
- Más de dos terceras partes de los contratos registrados en 2016 en esta ocupación y dentro del sector del comercio minorista fueron firmados por trabajadores de 20 a 35 años, aunque ha sido el único tramo que ha reflejado pérdidas en la contratación en los dos últimos años –a menor ritmo en 2016–.
- La estabilidad laboral de la ocupación en el sector ha mejorado en los dos últimos años –en 2016 ha superado la del sector del comercio minorista y la nacional–, aunque la tasa se encuentra aún muy alejada de la máxima registrada en el decenio (72,45 %). Por otra parte, esta ocupación ha absorbido gran parte del desempleo de larga duración; la tasa de contratación de parados de larga duración en 2016 ha superado tanto la media del sector como la nacional, mientras que la de desempleados fue inferior.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

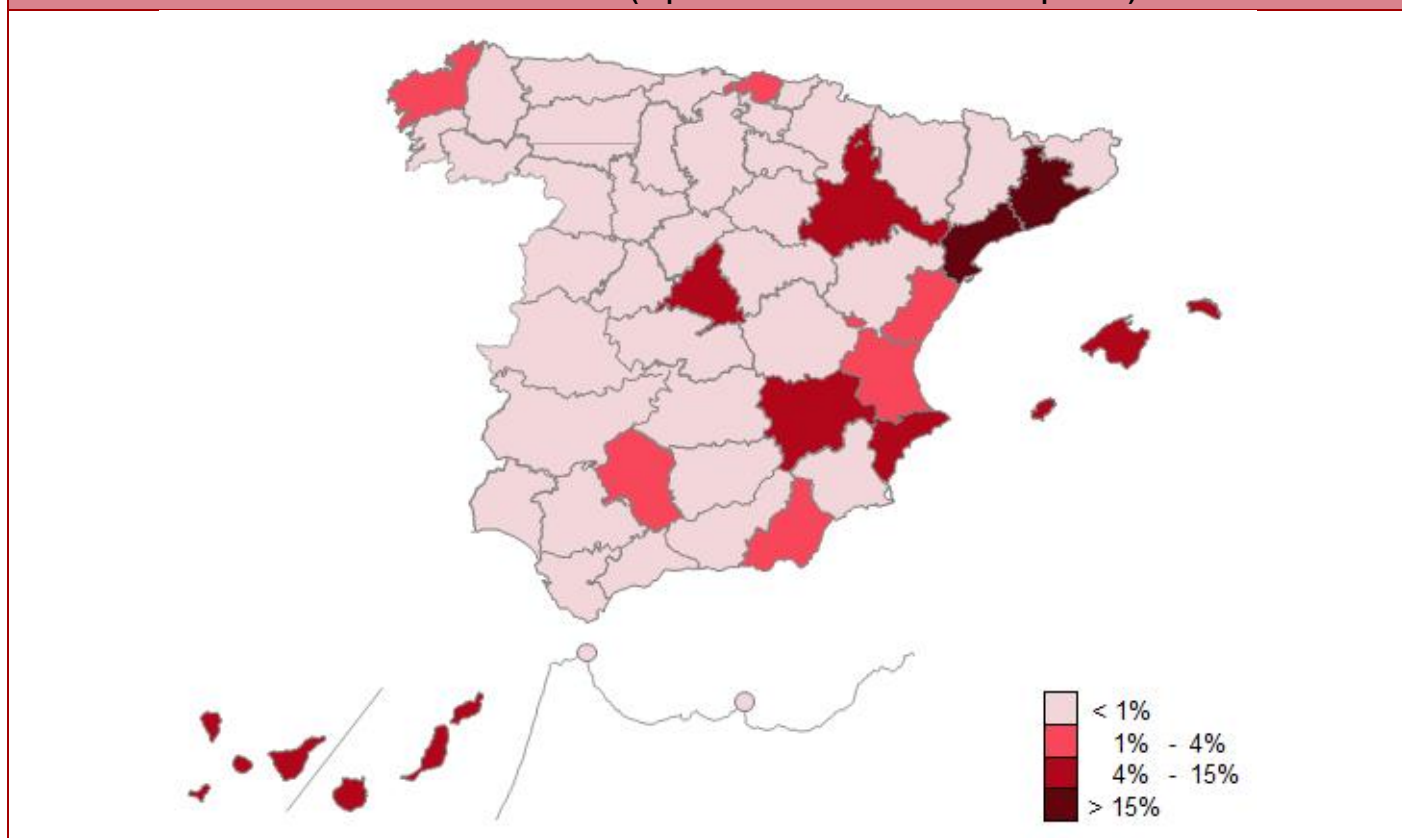
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	13	-35,00	53	-3,64	Coruña, A	145	14,17	18	-37,93	Ourense	18	5,88	3	-97,67
Alicante/Alacant	188	1,08	62	16,98	Cuenca	10	25,00	0	0,00	Palencia	6	0,00	0	-100,00
Almería	24	-29,41	28	-54,10	Gipuzkoa	47	-7,84	4	0,00	Palmas, Las	90	-12,62	101	288,46
Araba/Álava	29	0,00	1	-98,96	Girona	36	-21,74	5	25,00	Pontevedra	108	-4,42	5	0,00
Asturias	49	-14,04	1	-75,00	Granada	44	-24,14	9	28,57	Rioja, La	14	16,67	0	0,00
Ávila	6	-25,00	1	0,00	Guadalajara	17	-15,00	0	0,00	Salamanca	14	-30,00	1	-50,00
Badajoz	26	18,18	1	-50,00	Huelva	16	-42,86	3	200,00	Santa Cruz de Tenerife	94	17,50	69	1.280,00
Balears, Illes	20	-13,04	76	590,91	Huesca	12	71,43	0	-100,00	Segovia	1	-66,67	0	-100,00
Barcelona	437	-16,60	286	71,26	Jaén	16	-40,74	0	-100,00	Sevilla	151	-16,11	3	-66,67
Bizkaia	123	-8,89	13	333,33	León	24	9,09	0	0,00	Soria	2	-66,67	0	0,00
Burgos	14	-22,22	0	0,00	Lleida	22	4,76	2	-75,00	Tarragona	55	-8,33	195	19.400,00
Cáceres	11	22,22	2	0,00	Lugo	10	-23,08	0	-100,00	Teruel	1	0,00	0	0,00
Cádiz	124	0,00	7	-95,04	Madrid	507	-9,79	105	-69,74	Toledo	34	13,33	1	0,00
Cantabria	34	-15,00	7	0,00	Málaga	97	-1,02	4	-55,56	Valencia/València	258	-14,57	34	21,43
Castellón/Castelló	43	-12,24	26	420,00	Melilla	2	-60,00	0	0,00	Valladolid	35	-16,67	2	-80,00
Ceuta	4	-33,33	0	-100,00	Murcia	70	4,48	9	28,57	Zamora	3	0,00	1	0,00
Ciudad Real	12	20,00	0	-100,00	Navarra	56	-8,20	11	266,67	Zaragoza	133	38,54	80	3.900,00
Córdoba	46	-4,17	32	-47,54										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Agentes de compras con respecto al total nacional en el sector del comercio minorista. Solo 37 provincias registraron contratación y cuatro de ellas, Barcelona, Tarragona, Madrid y Las Palmas, concentraron más del 54 % de los contratos –las dos provincias catalanas aglutinaron en torno al 38 %–. Además, cinco provincias registraron en 2016 más de 50 contratos: Zaragoza, Illes Balears, Santa Cruz de Tenerife, Alicante/Alacant y Albacete –en conjunto, cerca del 27 % de la contratación–.

Esta ocupación refleja una baja tasa de movilidad geográfica interna, de un 8,42 %, inferior a la global del sector del comercio minorista (8,99 %) y a la total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad –el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias es mayor que el de los que salen hacia otras– fueron, Barcelona, Tarragona y Navarra. Por el contrario, las de mayor saldo negativo –los contratos que salen son más que los que entran– fueron La Rioja, Alicante/Alacant, Gipuzkoa y Sevilla.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por las empresas consultadas de este sector:

- El empleo en esta ocupación se mantiene, con cierta perspectiva de crecimiento. La internacionalización de las empresas y los mercados, la economía solidaria, el *e-commerce* y la optimización de la cadena logística está provocando la evolución del mercado de oferta, de las relaciones con los proveedores, de las comunicaciones y de las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión y control del almacenaje, y determinando una adaptación de los perfiles profesionales a la realidad del mercado laboral, surgiendo, así, nuevos requerimientos de formación. En las ofertas de empleo se requiere más de un año de experiencia laboral y disponibilidad para viajar.
- Las **necesidades formativas técnico profesionales** se han determinado principalmente en dos de las ocupaciones descritas, Agentes de compras y Técnicos en gestión de stocks y/o almacén. Las necesidades se concretan en técnicas de auscultación y selección de proveedores, de gestión de stocks con incorporación de nuevas tecnologías y de negociación; organización y gestión del almacenaje y mejora de procesos de preparación de pedidos; aplicación de tecnología SAP para la gestión de materiales (de stock y de almacén) y de nuevas tecnologías (TIC) estratégicas; planificación de recursos empresariales y de fabricación; cálculo financiero orientado a la valoración de ofertas; contabilidad y facturación con aplicaciones informáticas; gestión de incidencias; comercio exterior y marketing; exportación; gestión de campañas y estrategias.
- También se aprecian necesidades formativas en **competencias transversales** relacionadas con los idiomas –el inglés a nivel de usuario independiente e, incluso, competente–, con conocimientos de ofimática básicos, conocimientos de contabilidad y medios de pago, legislación comercial, en prevención de riesgos laborales y protección de datos, así como en escucha activa y comprensión en la comunicación.
- Las **competencias y aptitudes personales** más demandadas son la polivalencia, la iniciativa, la creatividad, la empatía, la capacidad para trabajar en equipo, la orientación al cliente y el compromiso.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Comercio Internacional](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Gestión administrativa y financiera del comercio internacional COMT0210](#)

[Gestión y control del aprovisionamiento COML0210](#)

[Organización y gestión de almacenes COML0309](#)

[Marketing y compraventa internacional COMM0110](#)

CNO 3814 TÉCNICOS DE LA WEB

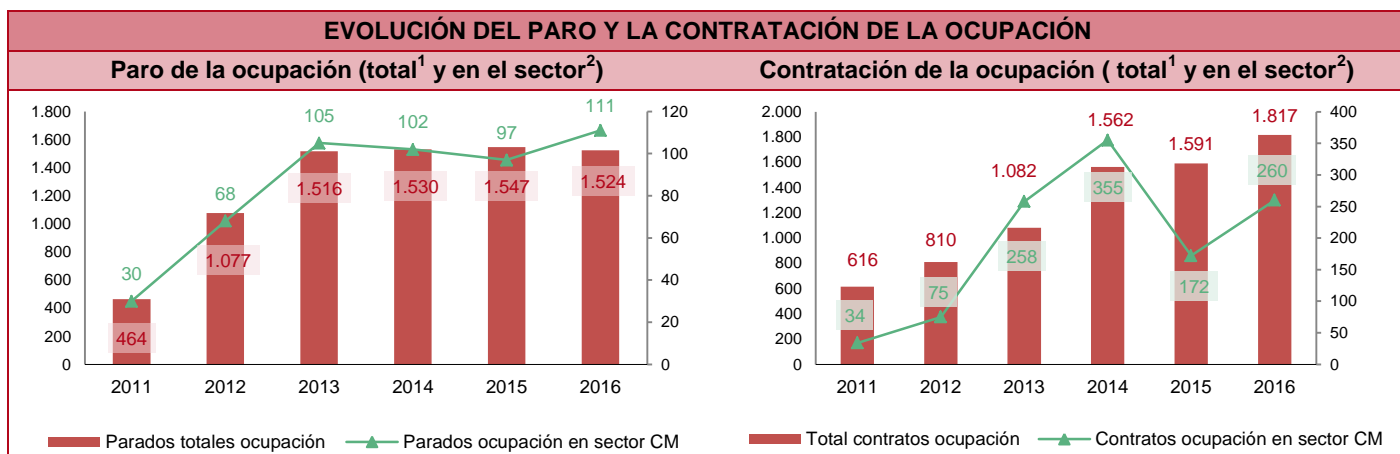
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Técnicos de la web.

Los técnicos de la Web realizan tareas de mantenimiento, seguimiento y asistencia para el funcionamiento óptimo de sitios Web de Internet e Intranet, así como de los equipos y el software de servidores Web.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 1.524 personas inscritas, lo que supone un descenso del 1,49 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	66,67	26,53	44,35
Mujeres	33,33	73,47	55,65
Menores de 30 años	34,23	18,07	16,90
Mayores de 45 años	15,32	40,81	48,44
Extranjeros	2,70	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,70	2,68	3,87
Parados de larga duración	30,63	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	39,64	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

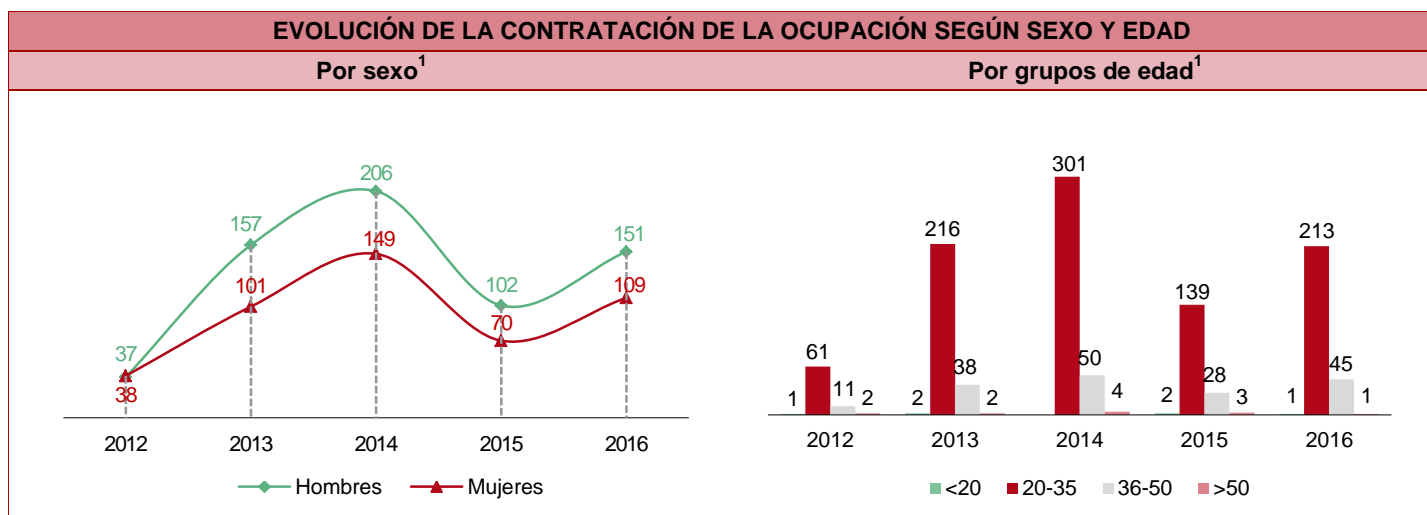
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 1.817 contratos, lo que representa un aumento del 14,20 % si lo comparamos con el año anterior.

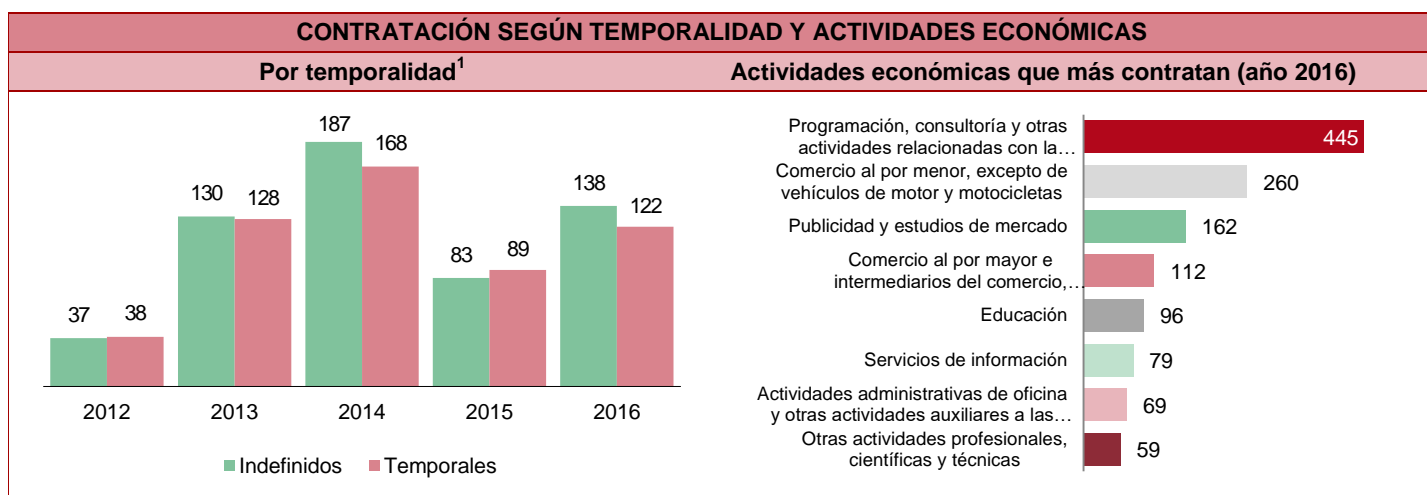
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	58,08	35,49	56,14
Mujeres	41,92	64,51	43,86
Menores de 30 años	49,23	51,37	34,54
Mayores de 45 años	3,08	11,96	23,39
Extranjeros	13,85	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,00	0,92	1,34
Parados de larga duración	1,54	3,44	2,72
Indefinidos	53,08	15,37	8,58
Temporales	46,92	84,63	91,42
Rotación	1,07	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El desempleo en la ocupación ha venido creciendo hasta 2016, año en el que el número de parados se redujo, mientras que el sector del comercio minorista ha registrado en ese año un incremento interanual superior al 14 %, después de dos años de descenso progresivo. Por otra parte, en los últimos cinco años la contratación se ha triplicado y casi octuplicado, si lo circunscribimos al sector del comercio minorista.
- Dentro del sector, la ocupación registró menos desempleados que el año anterior en el primer cuatrimestre de 2016, así como en el mes de noviembre, pero los doce meses contabilizaron más contratos que en los correspondientes del año precedente –el mayor incremento, en abril, un 130 %–. La máxima contratación se registró en octubre y la menor en diciembre.
- En 2016, dos terceras partes de los demandantes parados en la ocupación dentro del sector del comercio minorista eran varones y el 58 % de los contratos estaban firmados por ellos, superando con creces el promedio del sector en su conjunto. Por edad, en torno al 82 % de los contratos fueron suscritos por trabajadores de 20 a 35 años y más del 17 % por quienes tenían entre 36 y 50 años; ambos tramos han sido los únicos que han registrado incrementos interanuales –53,24 % y 60,71 %, respectivamente–.
- La tasa de estabilidad en la contratación de Técnicos de la web en el sector del comercio minorista se ha situado en 2016 en la cota más alta desde que se registra la ocupación (2011), como consecuencia del aumento de la estabilidad entre los varones –el ritmo de crecimiento de los contratos indefinidos ha cuadruplicado el de los temporales–, ya que entre las mujeres se ha registrado un mayor incremento interanual en la contratación temporal –cerca del 65 %– que en la indefinida –en torno al 47 %–. El índice de rotación de la contratación es muy bajo, menor que el del sector y el nacional.
- La tasa de desempleo de larga duración se situó en 2016 en casi un 31 %, inferior a la media del sector y a la nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

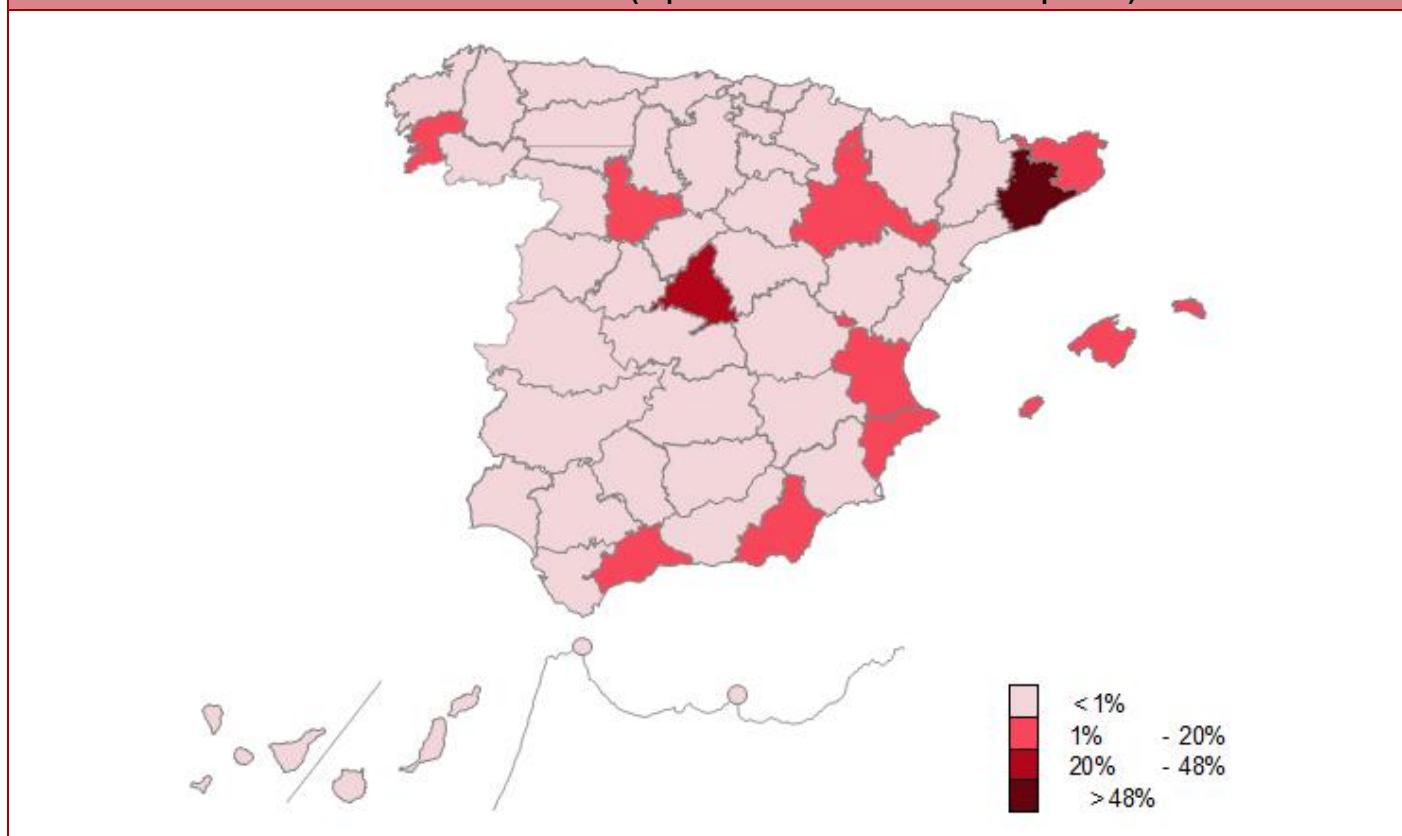
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	1	0,00	0	-100,00	Coruña, A	4	33,33	2	-66,67	Ourense	1	0,00	1	0,00
Alicante/Alacant	5	-28,57	14	250,00	Cuenca	0	0,00	0	-100,00	Palencia	1	0,00	0	0,00
Almería	0	-100,00	5	400,00	Gipuzkoa	1	-50,00	2	-33,33	Palmas, Las	1	-50,00	1	-75,00
Araba/Álava	0	0,00	1	0,00	Girona	1	0,00	3	-25,00	Pontevedra	1	0,00	4	300,00
Asturias	3	50,00	1	0,00	Granada	4	100,00	1	-50,00	Rioja, La	0	-100,00	1	0,00
Ávila	0	0,00	0	0,00	Guadalajara	0	0,00	0	0,00	Salamanca	1	0,00	1	0,00
Badajoz	1	0,00	0	-100,00	Huelva	0	0,00	0	0,00	Santa Cruz de Tenerife	2	0,00	1	0,00
Balears, Illes	2	100,00	3	-25,00	Huesca	1	0,00	0	0,00	Segovia	0	0,00	2	0,00
Barcelona	19	72,73	125	73,61	Jaén	1	0,00	0	0,00	Sevilla	4	-33,33	2	-50,00
Bizkaia	4	300,00	1	-50,00	León	2	0,00	0	-100,00	Soria	0	0,00	0	-100,00
Burgos	2	100,00	0	0,00	Lleida	0	-100,00	0	-100,00	Tarragona	0	-100,00	0	0,00
Cáceres	1	0,00	0	0,00	Lugo	0	0,00	0	-100,00	Teruel	0	0,00	0	0,00
Cádiz	1	0,00	1	0,00	Madrid	24	0,00	55	120,00	Toledo	1	0,00	0	0,00
Cantabria	5	66,67	1	0,00	Málaga	5	0,00	6	50,00	Valencia/València	4	-55,56	11	120,00
Castellón/Castelló	0	-100,00	1	0,00	Melilla	1	0,00	0	0,00	Valladolid	1	0,00	3	200,00
Ceuta	0	0,00	0	0,00	Murcia	2	-33,33	1	-87,50	Zamora	0	0,00	1	0,00
Ciudad Real	1	-50,00	1	0,00	Navarra	0	-100,00	1	-83,33	Zaragoza	2	-50,00	5	66,67
Córdoba	1	0,00	2	100,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Técnicos de la web con respecto al total nacional; muestra que casi la mitad de la contratación se concentró en Barcelona (48,08 %), seguida de Madrid con el 21,15 %, y, con menor volumen de contratos, Alicante/Alacant y Valencia/València, que entre ambas agruparon casi un 10 %; solo siete provincias más contabilizaron una contratación superior al 1 % –en conjunto, un 11,15 % de los contratos–. Veinte provincias no registraron ningún contrato de la ocupación en el sector del comercio minorista.

La tasa de movilidad interprovincial en esta ocupación se ha situado en el 13,08 % en 2016, superior a la del sector del comercio minorista en su conjunto (8,99 %), pero algo menor que la tasa de movilidad total nacional (13,34 %). Solo cinco provincias presentaron saldo positivo de movilidad –el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias supera a los que salen hacia otras–, principalmente, Barcelona, seguida de Madrid, Málaga, Pontevedra y Segovia. Por el contrario, quince reflejaron un saldo negativo –los contratos que salen son más que los que entran–, el mayor, Valencia/València, seguida de A Coruña, Tarragona, Sevilla, Asturias y Burgos, con saldos superiores a uno.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por las empresas consultadas de este sector:

- El empleo en esta ocupación mantiene su tendencia positiva, pero el perfil buscado en las ofertas de trabajo se va modificando para adaptarse a los requerimientos de un mercado cada vez más exigente. Actualmente las empresas buscan este perfil bajo la denominación de Experto en posicionamiento de páginas web o Técnico/experto en SEO (SEO Manager). Se exige un nivel de formación alto, con estudios universitarios –frecuentemente, Marketing y Comunicación e Informática– o ciclos formativos de formación profesional y, por lo general, experiencia laboral –imprescindible si se va a trabajar como autónomo–. En la actualidad, la competencia más valorada es la capacidad para optimizar y mejorar el SEO (*Search Engine Optimization*), por la necesidad de las empresas, en el entorno del comercio *online*, de posicionarse en la red para ser más competitivos.
- Las **necesidades formativas técnico profesionales** están relacionadas principalmente con nuevas competencias del perfil multifunción de esta ocupación. Se requiere formación en Auditoría web, Ciberseguridad, *Bigdata* y *matching learning*, Web semántica (*Linked data*) y *Opendata*; en Sistemas de gestión de contenidos (Joomla, Drupal), en Posicionamiento de los sitios web (SEO y SEM –*Search Engine Marketing*–), en Comercio electrónico (Os Commerce, Prestashop; B2B y B2C), en Hojas de estilo CSS, en Lenguajes declarativos de acceso a base de datos (SQL) y en Accesibilidad web. También se requiere formación en: Construcción, mantenimiento y publicación de páginas web; Gestión de contenidos web; Implantación, integración de aplicaciones web y software en páginas web en entornos internet, intranet y extranet; Desarrollo de web usables y accesibles y Desarrollo de aplicaciones web multidispositivo. En el sector del comercio minorista, se detectan además carencias formativas en Herramientas 5S, Uso de redes sociales, Escaparatismo, Habilidades de desarrollo estratégico, Selección de proveedores, Marketing digital, Técnicas de cierre de ventas y Gestión de campañas y estrategias.
- También se aprecian necesidades formativas en **competencias transversales**, como en Inglés técnico y a nivel de usuario competente; en conocimientos avanzados de Ofimática y de Internet; en Creación de microempresas y medios de pago; Legislación sobre protección de datos, prevención de riesgos laborales y comercial/venta; Técnicas para el trabajo en equipo; Gestión de la relación con clientes y público; Técnicas de promoción y venta, y así como en Técnicas para localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones.
- Las **competencias y aptitudes personales** que más se valoran son la polivalencia, la iniciativa, el dinamismo, la creatividad, la capacidad para trabajar en equipo, la proactividad, la orientación a resultados, el compromiso. Deben estar abiertos a un aprendizaje continuo, muy implicados con las TIC y ser capaces de analizar e interpretar datos numéricos y de redactar con fluidez.

3. OFERTA FORMATIVA

Estudios de máster

Marketing y Comunicación

Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

Marketing y Comportamiento del Consumidor

Estudios de grado

Ingeniería Informática

Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación

Ingeniería en Tecnologías de Telecomunicación

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Administración de Sistemas Informáticos en Red](#)

[Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web](#)

Certificados de profesionalidad

[Desarrollo de aplicaciones con tecnologías web IFCD0210](#)

CNO 4121+4122 EMPLEADOS DE CONTROL DE ABASTECIMIENTOS E INVENTARIO Y DE SERVICIOS DE APOYO A LA PRODUCCIÓN

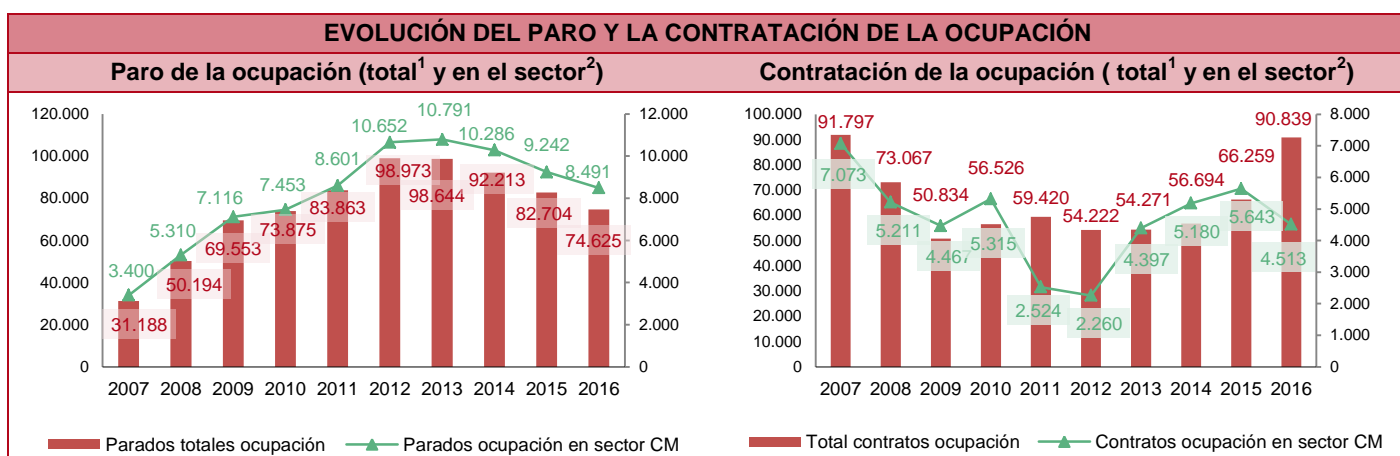
En estos grupos primarios ocupacionales, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Almaceneros de empresas de transportes.
- Almaceneros de industrias alimentarias.
- Almaceneros de materias primas para el calzado (prefabricado de calzado).
- Empleados administrativos de los servicios de almacenamiento y recepción.
- Empleados administrativos comerciales, en general.

Los empleados de control de abastecimientos e inventario llevan registros de las mercancías producidas y del material de producción recibido, así como de su peso, entrega, expedición o almacenamiento. Los empleados de oficina de servicios de apoyo a la producción calculan las cantidades de los diversos materiales que se requieren en fechas determinadas para la ejecución de programas de fabricación, construcción u otros de producción afines, y preparan y verifican programas de producción.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 74.625 personas inscritas, lo que supone un descenso del 9,77 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	32,76	26,53	44,35
Mujeres	67,24	73,47	55,65
Menores de 30 años	11,53	18,07	16,90
Mayores de 45 años	43,47	40,81	48,44
Extranjeros	3,87	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,45	2,68	3,87
Parados de larga duración	47,47	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	45,19	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

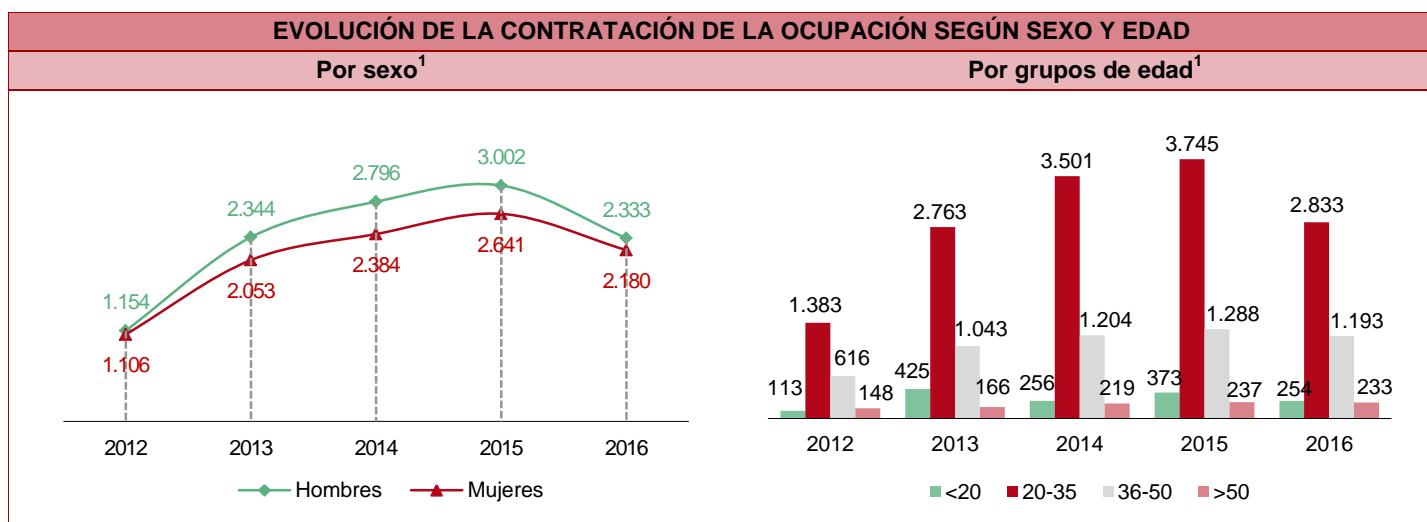
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 90.839 contratos, lo que representa un aumento del 37,10 % si lo comparamos con el año anterior.

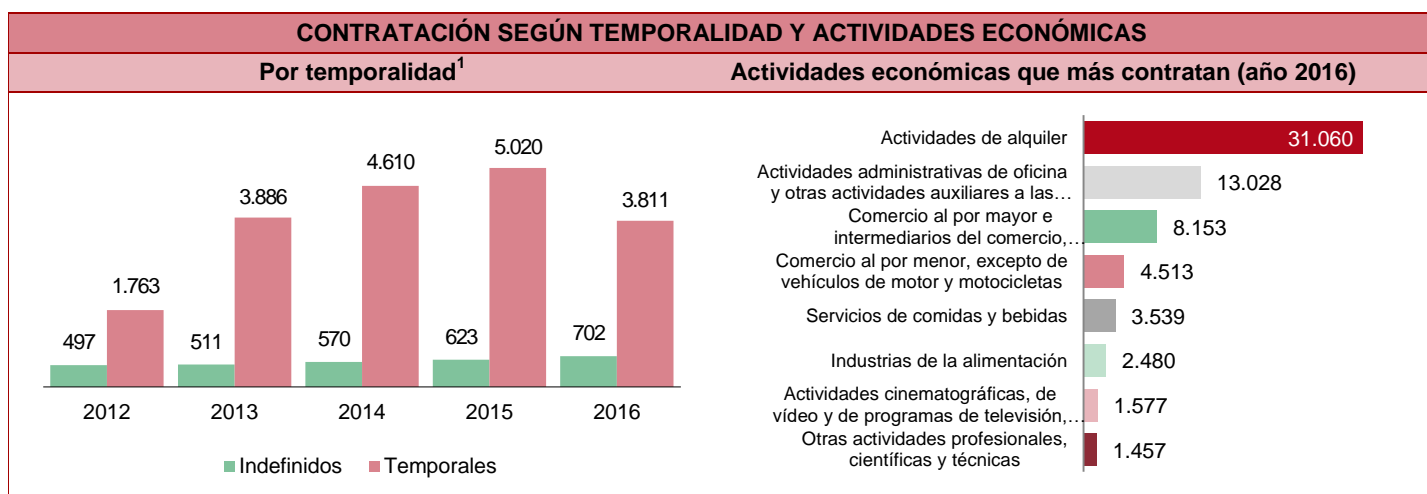
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	51,70	35,49	56,14
Mujeres	48,30	64,51	43,86
Menores de 30 años	50,72	51,37	34,54
Mayores de 45 años	13,14	11,96	23,39
Extranjeros	7,73	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,15	0,92	1,34
Parados de larga duración	4,01	3,44	2,72
Indefinidos	15,56	15,37	8,58
Temporales	84,44	84,63	91,42
Rotación	1,23	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Tras un repunte del desempleo en 2012, para el conjunto del sector del comercio minorista, y en 2013 para el de la ocupación dentro del sector, el número de desempleados ha descendido en ambos casos, pero a menor ritmo en la ocupación. La contratación ha venido creciendo desde 2013, pero en 2016 cayó en torno a un 20 % en la ocupación, mientras aumentó más del 37 % en el total del sector.
- Dentro del sector del comercio minorista, las tasas de desempleo de las mujeres, tanto en la ocupación como en el conjunto del sector, se han situado en el 67,24 % y el 73,47 %, respectivamente, y las de contratación en el 48,30 % y 64,51%. La tasa de desempleo de los mayores de 45 años supera el 40 % y se refleja también en una menor contratación, tanto en la ocupación como en el conjunto del sector. Las de contratación de los jóvenes menores de 30 años dentro del sector, tanto en la ocupación como en el conjunto, son superiores a la nacional.
- En 2016, el tramo de edad que concentró mayor volumen de contratos de esta ocupación en el sector, cerca de un 63 %, fue el de 20-35 años.
- Las tasas de estabilidad, tanto de la ocupación como del conjunto del sector del comercio minorista casi duplicaron la nacional (8,58 %). En 2016, la contratación indefinida aumentó en torno a un 13 % y la temporal descendió más del 24 % respecto al año precedente.
- La rotación de trabajadores en la ocupación y en el sector del Comercio minorista es inferior a la tasa nacional.
- El 34,19 % del total de la contratación de la ocupación se efectúa en la actividad económica de Alquiler.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

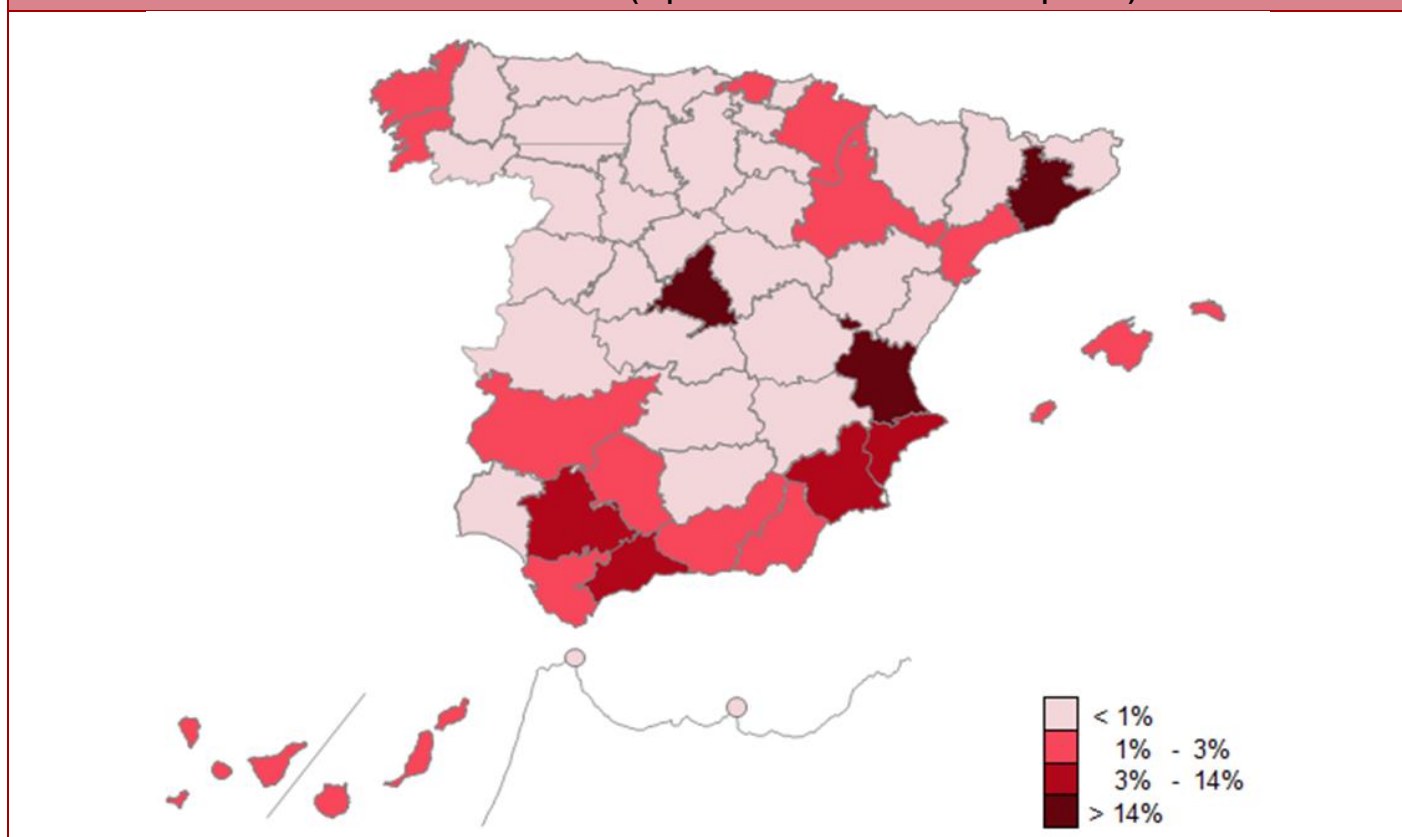
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	41	-30,51	10	-61,54	Coruña, A	196	-10,09	99	39,44	Ourense	40	-14,89	12	20,00
Alicante/Alacant	664	-1,48	138	-1,43	Cuenca	15	-37,50	4	-55,56	Palencia	9	-18,18	2	-60,00
Almería	45	-15,09	63	53,66	Gipuzkoa	167	7,05	38	-26,92	Palmas, Las	350	1,45	79	0,00
Araba/Álava	73	-12,05	37	-28,85	Girona	73	-34,82	34	-17,07	Pontevedra	201	9,84	49	36,11
Asturias	154	-10,47	14	-72,00	Granada	154	-9,41	60	-14,29	Rioja, La	31	-11,43	7	0,00
Ávila	6	-45,45	1	0,00	Guadalajara	33	-13,16	19	5,56	Salamanca	38	-7,32	7	-46,15
Badajoz	73	-16,09	68	-5,56	Huelva	68	-13,92	19	-72,86	Santa Cruz de Tenerife	228	-5,00	115	57,53
Balears, Illes	82	-1,20	92	8,24	Huesca	27	50,00	10	11,11	Segovia	13	-35,00	5	-16,67
Barcelona	993	-14,25	660	1,07	Jaén	85	-7,61	25	-66,22	Sevilla	470	-10,82	252	-38,69
Bizkaia	357	-3,25	48	-36,00	León	66	11,86	40	300,00	Soria	4	-20,00	2	0,00
Burgos	55	-11,29	10	-9,09	Lleida	32	-33,33	26	-7,14	Tarragona	109	-18,05	54	38,46
Cáceres	26	-27,78	4	-33,33	Lugo	34	-15,00	11	10,00	Teruel	4	-33,33	7	16,67
Cádiz	220	-17,91	107	-21,90	Madrid	868	-7,17	810	-2,64	Toledo	98	-15,52	24	-60,00
Cantabria	83	-4,60	30	20,00	Málaga	299	-10,48	183	-69,95	Valencia/València	858	-5,40	792	-34,00
Castellón/Castelló	165	-9,84	26	100,00	Melilla	5	-37,50	6	-25,00	Valladolid	90	9,76	16	-36,00
Ceuta	14	-12,50	0	0,00	Murcia	176	-1,12	143	78,75	Zamora	9	-55,00	10	66,67
Ciudad Real	43	43,33	16	-46,67	Navarra	90	-14,29	75	70,45	Zaragoza	269	-5,28	72	1,41
Córdoba	188	-3,59	82	-43,06										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación de Empleados de control de abastecimiento e inventarios y empleados de oficina de servicio de apoyo a la producción con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (17,95 %) se ubica en Madrid, seguida de Valencia/València (17,55 %) y Barcelona (14,62 %). En un segundo grupo, se encuentran las provincias de Sevilla (5,58 %), Málaga (4,05 %), Murcia (3,17 %) y Alicante (3,06 %). El resto de provincias se sitúan por debajo del 3 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

Las provincias con más demandantes parados inscritos a 31 de diciembre de 2016 en la ocupación son las de Barcelona, Madrid y Valencia/València.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 8,31 %, inferior a la tasa del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la de la movilidad total nacional (13,34 %).

Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son Barcelona, Sevilla y Madrid. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Badajoz, Alicante y Toledo, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por las empresas consultadas de este sector:

- Las competencias de esta profesión suelen estar bastante definidas y algunas de las tareas que desempeñan son inherentes al puesto, como la atención telefónica. Las competencias personales o perfil del candidato son: profesional proactivo, responsable, con iniciativa, con dotes de comunicación y negociación y que sepa organizar y planificar el trabajo. Otro aspecto importante a tener en cuenta son las relaciones con otras áreas o departamentos: comercial, logística, finanzas,...
- El nivel formativo es un requisito importante, habiendo una clara preferencia por trabajadores con una formación profesional específica, predominando sobre todo los ciclos formativos de grado superior, especialmente en Administración y comercio, así como los estudios universitarios.
- En los perfiles más especializados, que viene condicionados por puestos asignados al departamento de exportación cuyos administrativos comerciales deben atender a clientes extranjeros, se requiere un conocimiento de los trámites y documentación de exportación; entre ella, CMR (contratos de transporte internacional de mercancías por carretera -que viene regulado en convenio-) y cartas de crédito, ya que cuando se trata de operar en mercados internacionales, serán básicas para el éxito en las exportaciones.
- Se han detectado las siguientes necesidades formativas en competencias **técnico profesionales**:
 - Utilización de Software logístico, de organización y gestión de almacenes.
 - Conocimiento de la cadena de suministro.
 - Automatización y digitalización en almacenaje; técnicas de *picking & kitting*; *picking* por voz y luz; robots inteligentes; etc.
 - Calidad de almacenaje.
 - Manejo de Terminales de Radiofrecuencia.
 - Sistemas de gestión de almacén (SGA).
 - Aplicaciones SAP (*Systems, Applications, Products in Data Processing*).
 - Atención y gestión de las incidencias producidas en el control de recogidas y salidas; seguimiento exhaustivo de la mercancía.
 - Apoyo a comerciales y managers en la búsqueda y en el seguimiento de clientes; preparación de ofertas y organización de ferias.
 - Administración, comercio exterior y marketing.
- Entre las carencias formativas en **competencias transversales**, destacan:
 - Atención telefónica y personal a clientes y proveedores
 - Idiomas: inglés comercial y, en cierta medida, francés y alemán.
 - Tecnología TIC específica y manejo eficiente de las aplicaciones ofimáticas.
 - Trabajo en equipo.
 - Prevención de riesgos laborales.
 - Responsabilidad social corporativa.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Administración y Finanzas](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Formación profesional básica

[Título Profesional Básico en Servicios Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Organización y gestión de almacenes_COML0309](#)

[Actividades administrativas en la relación con el cliente_ADGG0208](#)

[Actividades de gestión administrativa_ADGD0308](#)

CNO 4309+4500 EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS CON O SIN TAREAS DE ATENCIÓN AL PÚBLICO NO CLASIFICADOS BAJO OTROS EPÍGRAFES

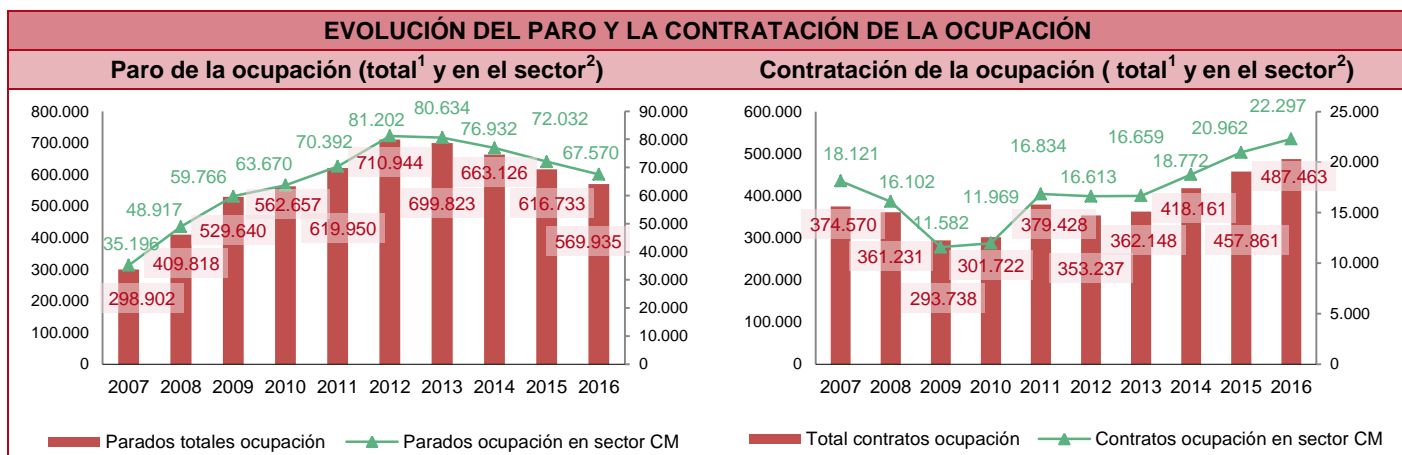
En estos grupos primarios ocupacionales, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Empleados administrativos, en general.
- Operadores de máquinas contables.
- Empleados administrativos con tareas de atención al público, no clasificados bajo otros epígrafes.

Estos grupos primarios incluyen los empleados administrativos que desarrollan, o no, tareas de atención al público y que no se han incluido en otros epígrafes de este grupo principal (F). Estos empleados realizan diferentes tareas administrativas y de oficina de acuerdo con los procedimientos establecidos. Por ejemplo aquí se incluyen a los empleados que obtienen información directamente de las personas, para determinar su derecho a recibir determinados servicios, así como su tramitación o los encargados de la gestión de correspondencia, los encargados de elaborar resúmenes de prensa y los empleados de publicación.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO			
Al cierre de diciembre de 2016 había 569.935 personas inscritas, lo que supone un descenso del 7,59 % con respecto al mismo mes del año anterior.			
Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	12,52	26,53	44,35
Mujeres	87,48	73,47	55,65
Menores de 30 años	14,45	18,07	16,90
Mayores de 45 años	36,16	40,81	48,44
Extranjeros	3,15	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,75	2,68	3,87
Parados de larga duración	45,81	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	41,03	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN			
A lo largo de 2016 se registraron 487.463 contratos, lo que representa un aumento del 6,47 % si lo comparamos con el año anterior.			
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	26,77	35,49	56,14
Mujeres	73,23	64,51	43,86
Menores de 30 años	38,18	51,37	34,54
Mayores de 45 años	15,76	11,96	23,39
Extranjeros	6,51	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,28	0,92	1,34
Parados de larga duración	6,32	3,44	2,72
Indefinidos	32,62	15,37	8,58
Temporales	67,38	84,63	91,42
Rotación	1,19	1,68	2,83

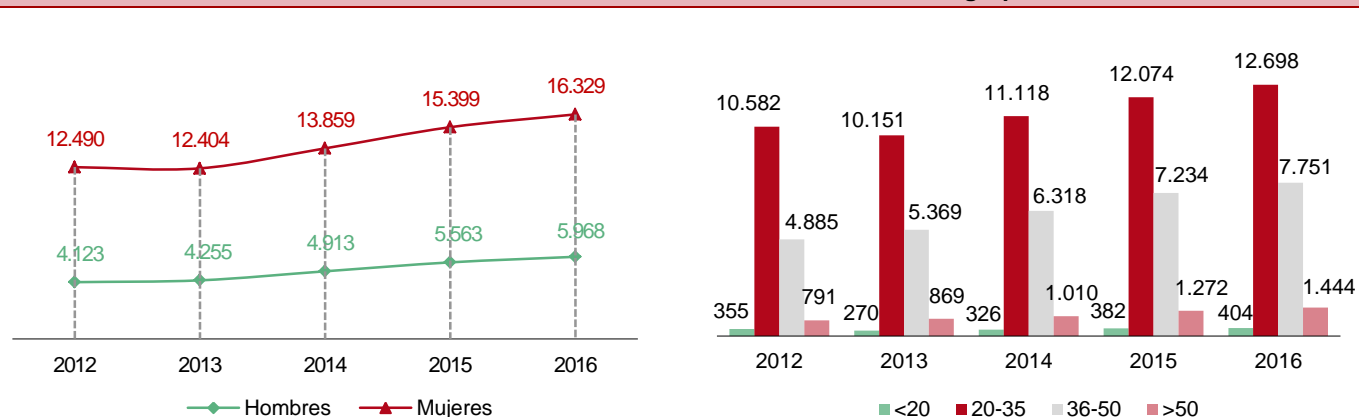
Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007, el paro de la ocupación, así como del sector del comercio minorista en su conjunto, aumenta alcanzando un máximo en el año 2012, pero después comienza a decrecer de forma continua. Los contratos, sin embargo, se comportan de forma irregular, pero aumentan a partir del 2010 en la ocupación y en el conjunto, a excepción de la caída registrada en 2012; no obstante, la contratación en 2016 superó, en ambos casos, la registrada en 2007.
- La tasa de paro de las mujeres en la ocupación (87,48 %) y en el sector del comercio minorista (73,47%) es superior a la tasa de paro nacional (55,65 %). Las tasas de contratación de las mujeres en la ocupación (73,23 %) y en el sector del comercio minorista (64,51) están por encima de las tasas del total nacional así como de las de la contratación masculina. Por otra parte, la contratación de menores de 30 años es muy significativa en el sector del comercio minorista (51,37 %) y en la ocupación (38,18 %), cuyas tasas superan a la nacional que se sitúa en el 34,54 %.
- En torno al 57 % de los contratos registrados en el sector del comercio minorista fueron suscritos por trabajadores entre los 20 y 35 años.
- A lo largo del año 2016, el paro presenta un máximo en febrero y un mínimo en julio; la contratación alcanza sus valores mínimo y máximo en septiembre y agosto, respectivamente.
- La tasa de estabilidad en la ocupación al menos duplica la del conjunto del sector del comercio minorista y casi cuadruplica la nacional.
- El desempleo de larga duración de la ocupación y del conjunto del sector es superior al total nacional.
- El 9 % de los contratos de la ocupación se efectúa en la actividad económica del Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN DE LA OCUPACIÓN SEGÚN SEXO Y EDAD

Por sexo¹

Por grupos de edad¹

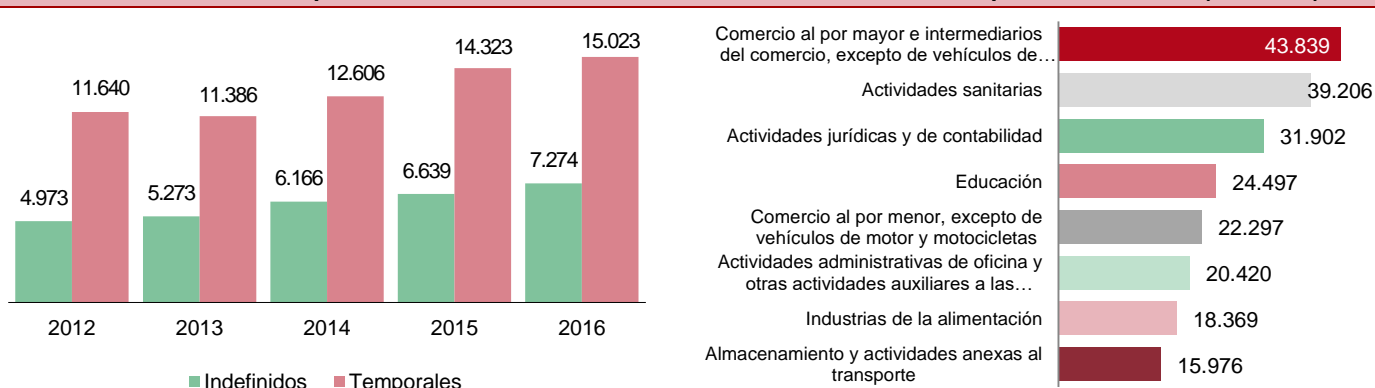


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

CONTRATACIÓN SEGÚN TEMPORALIDAD Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Por temporalidad¹

Actividades económicas que más contratan (año 2016)



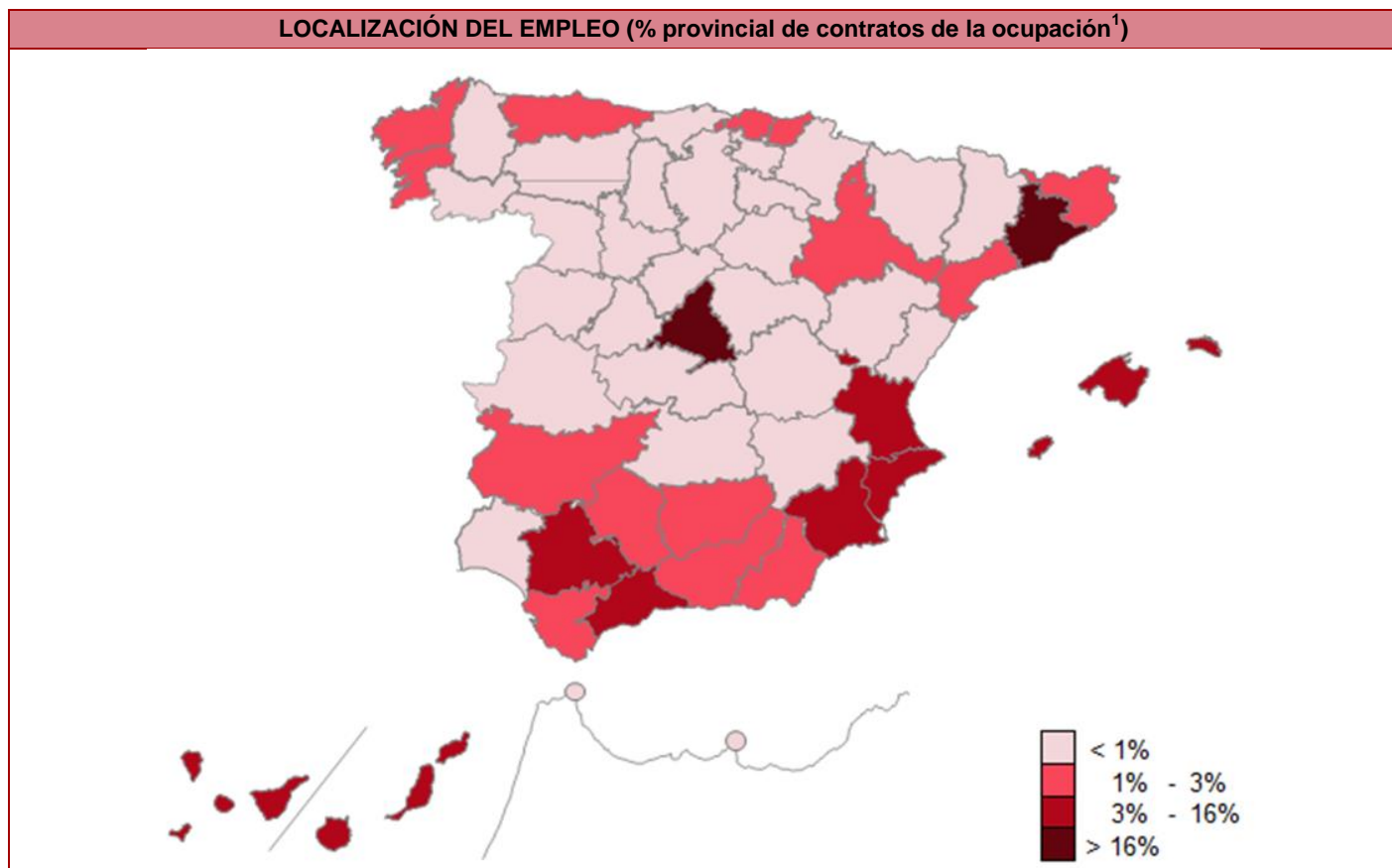
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	542	-7,35	117	9,35	Coruña, A	1.551	-7,90	426	5,71	Ourense	381	-3,05	84	5,00
Alicante/Alacant	2.942	-9,00	958	14,18	Cuenca	214	-11,57	39	5,41	Palencia	151	-5,63	36	-14,29
Almería	1.115	-2,36	279	2,20	Gipuzkoa	608	-10,59	257	23,56	Palmas, Las	2.857	-6,20	673	3,86
Araba/Álava	261	-9,38	118	28,26	Girona	875	-10,35	373	-1,84	Pontevedra	1.392	-8,66	298	-2,93
Asturias	1.700	-9,86	278	2,21	Granada	1.650	-3,68	302	0,00	Rioja, La	319	-3,04	68	-17,07
Ávila	199	-4,33	30	20,00	Guadalajara	262	-4,03	70	20,69	Salamanca	362	-19,56	98	25,64
Badajoz	1.289	-5,71	285	-4,04	Huelva	979	5,04	175	0,00	Santa Cruz de Tenerife	2.953	-7,28	673	12,54
Balears, Illes	1.218	-20,96	744	14,99	Huesca	171	-0,58	66	-5,71	Segovia	117	-13,97	33	-10,81
Barcelona	5.505	-13,51	3.740	6,19	Jaén	902	-5,25	246	11,82	Sevilla	4.181	1,58	1.013	14,46
Bizkaia	1.190	-7,47	512	3,43	León	512	-15,09	115	7,48	Soria	79	11,27	27	8,00
Burgos	386	-5,85	106	10,42	Lleida	335	-17,28	140	-6,04	Tarragona	1.150	-5,35	370	-6,33
Cáceres	596	-5,40	84	-9,68	Lugo	354	-8,76	167	-14,80	Teruel	118	8,26	39	-9,30
Cádiz	3.852	1,16	471	6,08	Madrid	6.910	-5,73	4.086	8,93	Toledo	1.012	-8,50	153	9,29
Cantabria	687	-15,29	192	-7,25	Málaga	3.828	-1,82	887	15,19	Valencia/València	3.593	-3,62	1.238	7,00
Castellón/Castelló	769	-6,45	179	6,55	Melilla	201	-2,90	37	5,71	Valladolid	611	-10,01	156	-11,36
Ceuta	202	12,22	26	-18,75	Murcia	2.466	-4,42	737	16,25	Zamora	176	-15,79	44	10,00
Ciudad Real	764	-0,65	183	-14,08	Navarra	546	-11,65	174	-9,38	Zaragoza	956	-3,82	366	-12,02
Córdoba	1.581	-1,00	328	9,33										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación de Empleados administrativos sin/con tareas de atención al público, no clasificados bajo otros epígrafes, con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (18,33 %) se registra en Madrid, seguida de Barcelona con el 16,77 %.

Las provincias con más demandantes parados inscritos a 31 de diciembre de 2016 en la ocupación son las de Madrid, Barcelona y Sevilla.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 9,83 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) e inferior a la tasa de movilidad total nacional (13,34 %).

Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son: Madrid, Barcelona y Valencia. El saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en las provincias de Toledo, Granada y Murcia, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- El nivel formativo es un requisito importante, con una clara preferencia por la formación profesional de grado medio y superior en la rama de Administración y Gestión, incluso, en algunos casos, por la formación universitaria relacionada con administración y dirección de empresas.
- Esta ocupación se caracteriza por la polivalencia y transversalidad de los profesionales.
- Las necesidades formativas **técnico-profesionales** detectadas son:
 - Atención al cliente
 - Manejo de aplicaciones informáticas específicas: Contaplus, Facturaplus, A3asesor, A3con, A3nom, SAP (*Systems, Applications, Products in Data Processing*).
 - Metodología en gestión de procesos.
 - Organización de tareas.
 - Procedimientos administrativos y orientación de objetivos de la Organización.
 - Técnicas de atención telefónica y resolución de conflictos.
 - Ergonomía
 - Idiomas, fundamentalmente inglés comercial hablado y escrito, a nivel de usuario independiente o competente.
 - Administración con conocimientos de logística.
 - *E- Commerce*.
- Necesidades formativas en competencias **transversales**:
 - Idiomas: además de inglés, a nivel de usuario independiente o competente, francés y alemán a nivel de usuario independiente.
 - Conocimientos de ofimática y tecnologías de la información a nivel medio/avanzado.
 - Mantenimiento básico de webs con bases de datos *BackOffice*.
 - Gestión del tiempo
 - Legislación laboral y comercial.
 - Protección de datos
 - Prevención de riesgos laborales.
 - Técnicas de trabajo en equipo.
 - Gestión de la relación con clientes.
 - Escucha activa y comprensiva en la comunicación.
 - Gestión de calidad.
- Entre los requerimientos personales de esta ocupación, además de la polivalencia, destacan:
 - Proactividad.
 - Responsabilidad y confidencialidad.
 - Visión analítica, la capacidad de gestión y de organización.
 - Orientación a resultados y al cliente.
 - Aptitud comercial, capacidad de aprendizaje.
 - Compromiso con la empresa.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Administración y Finanzas](#)

[Técnico Superior en Asistencia a la Dirección](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Gestión Administrativa](#)

Certificados de profesionalidad

[Actividades de gestión administrativa ADGD0308](#)

[Actividades administrativas en la relación con el cliente ADGG0208](#)

[Atención al cliente, consumidor o usuario COMT0110](#)

CNO 4424 TELEOPERADORES

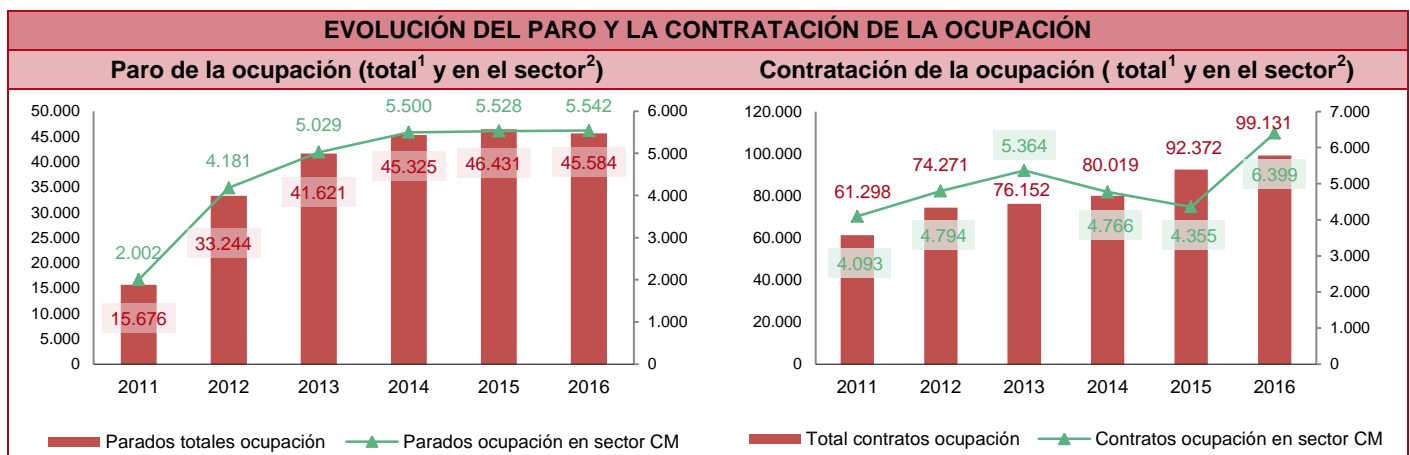
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Teleoperadores.

Los teleoperadores suministran información y asesoran a los clientes, responden a preguntas relacionadas con los productos, servicios y políticas de la empresa o la organización y tramitan las transferencias financieras, por teléfono o medios electrónicos, como el correo electrónico. Operan exclusivamente por teléfono, no son accesibles directamente por los clientes y pueden estar localizados en establecimientos lejos de donde se realizan otras operaciones de las organizaciones o compañías sobre las que se suministra información.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 45.584 personas inscritas, lo que supone un descenso del 1,82 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	9,33	26,53	44,35
Mujeres	90,67	73,47	55,65
Menores de 30 años	21,92	18,07	16,90
Mayores de 45 años	31,16	40,81	48,44
Extranjeros	5,32	7,35	11,75
Personas con discapacidad	5,36	2,68	3,87
Parados de larga duración	38,87	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	39,34	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

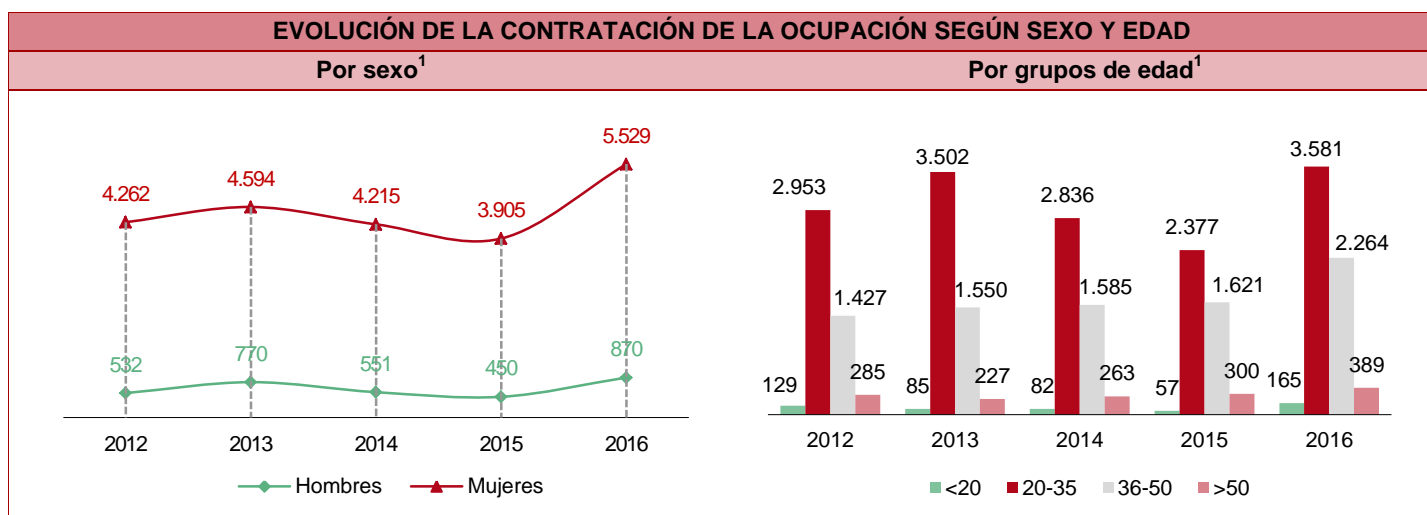
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 99.131 contratos, lo que representa un aumento del 7,32 % si lo comparamos con el año anterior.

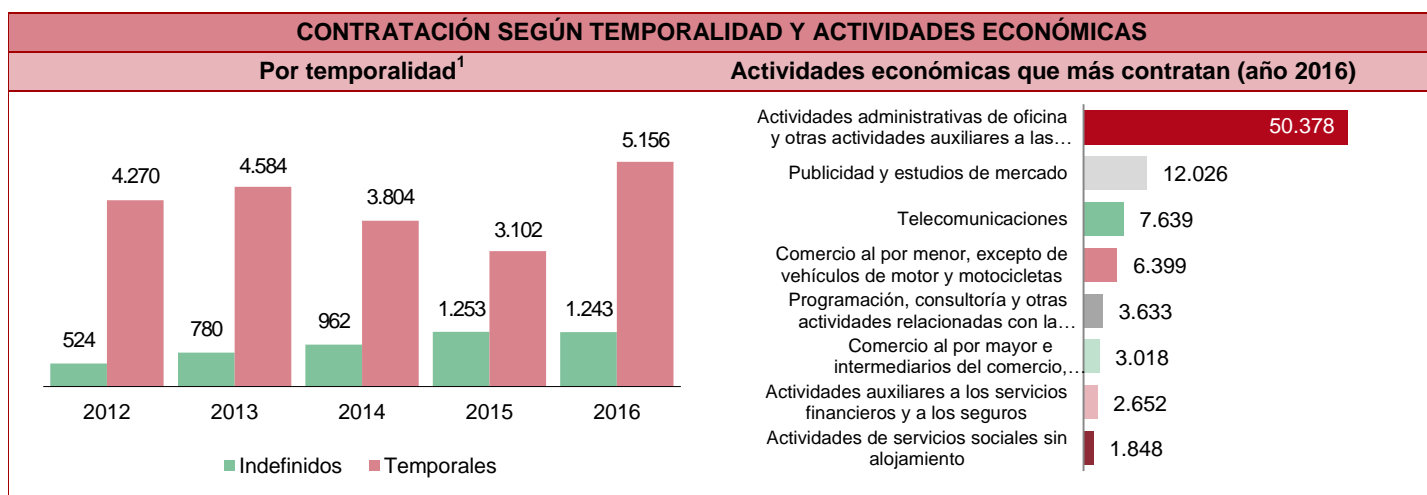
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	13,60	35,49	56,14
Mujeres	86,40	64,51	43,86
Menores de 30 años	36,69	51,37	34,54
Mayores de 45 años	14,58	11,96	23,39
Extranjeros	4,67	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,63	0,92	1,34
Parados de larga duración	7,44	3,44	2,72
Indefinidos	19,42	15,37	8,58
Temporales	80,58	84,63	91,42
Rotación	1,17	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- De 2011 a 2015, el número total de parados en la ocupación ha ido aumentando –a un ritmo cada vez menor–, pero en 2016 descendió un 1,82 %, mientras que el del sector siguió creciendo. La evolución quinquenal de la contratación de Teleoperadores ha sido menos favorable en el sector, que registró pérdidas en 2014 y 2015, que en el conjunto, que creció en todo el período.
- A lo largo del año 2016, el paro presentó el máximo en febrero y el mínimo en diciembre, mientras que en la contratación el máximo se alcanzó en octubre y el mínimo en julio.
- Más del 86 % de los contratos de Teleoperadores en el sector del comercio minorista fueron suscritos por mujeres, duplicando casi la tasa de contratación femenina nacional y por encima de la del sector en su conjunto. Por edad, la tasa de contratación de menores de 30 años como Teleoperadores en el sector ha duplicado, al menos, la de mayores de 45 años; y cerca del 56 % de los contratos se concertaron por trabajadores de 20 a 35 años.
- La contratación temporal en la ocupación de estudio (80,58 %) es inferior a la tasa de temporalidad de contratación en el sector de Comercio minorista (84,63 %), así como del total nacional (91,42 %).
- Hay que destacar que esta es una ocupación en la que tiene peso la experiencia, dado el bajo nivel de parados de primer empleo.
- El desempleo de larga duración (38,87 %) es inferior a la media del sector (45,93 %).
- En torno al 50 % de la contratación en la ocupación en el sector del Comercio minorista se registra en las Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas en el año 2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

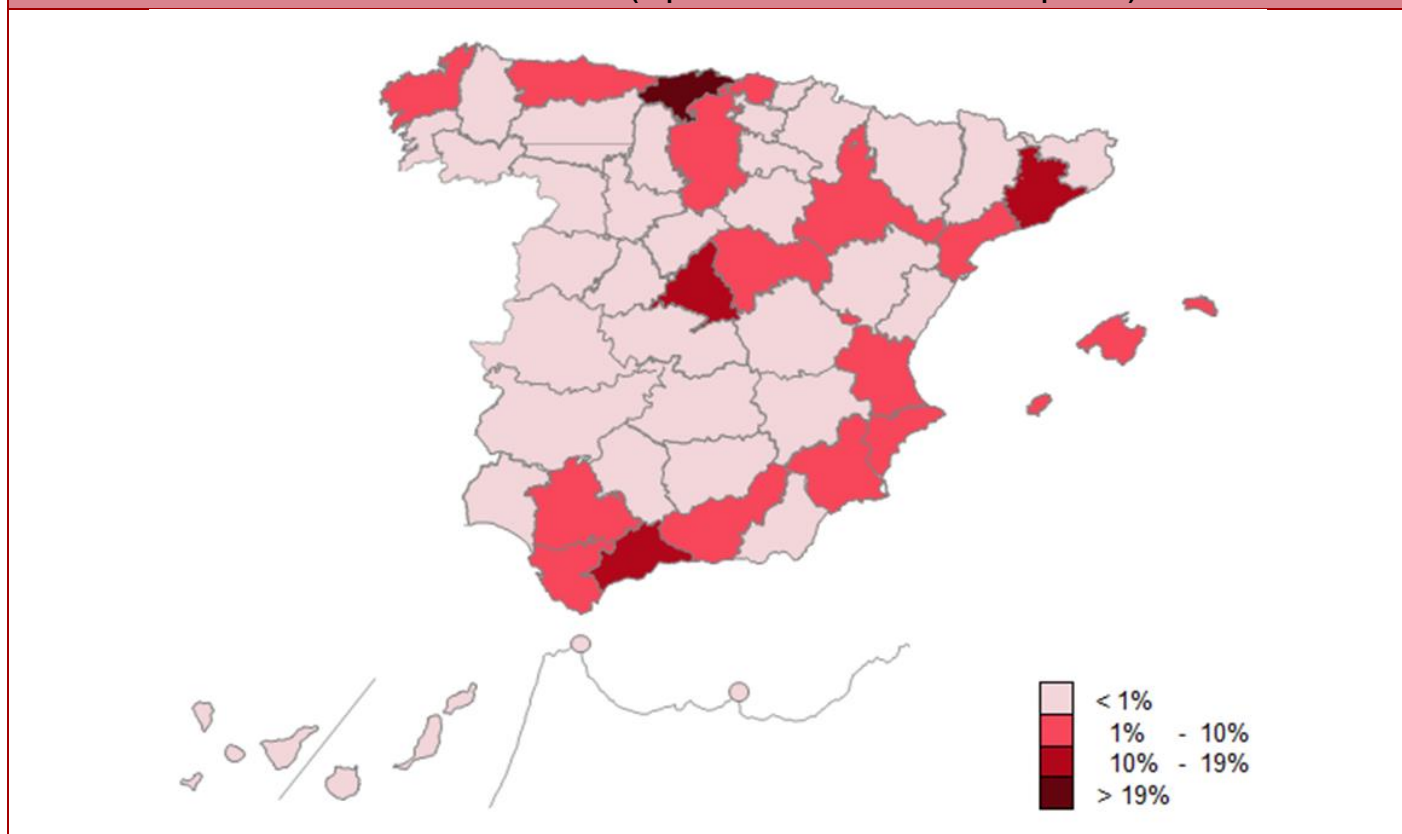
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	21	-19,23	18	-10,00	Coruña, A	162	1,89	108	24,14	Ourense	26	30,00	9	50,00
Alicante/Alacant	114	3,64	99	-42,77	Cuenca	13	30,00	0	0,00	Palencia	10	66,67	0	0,00
Almería	16	-5,88	40	73,91	Gipuzkoa	20	-9,09	0	0,00	Palmas, Las	198	14,45	62	21,57
Araba/Álava	11	10,00	1	0,00	Girona	16	6,67	13	-13,33	Pontevedra	100	-11,50	54	-28,95
Asturias	133	4,72	177	48,74	Granada	85	-4,49	260	89,78	Rioja, La	8	60,00	33	94,12
Ávila	44	-32,31	0	-100,00	Guadalajara	52	-13,33	162	97,56	Salamanca	59	-15,71	28	-20,00
Badajoz	68	21,43	33	-37,74	Huelva	18	38,46	7	250,00	Santa Cruz de Tenerife	76	43,40	42	-34,38
Balears, Illes	71	-5,33	76	-27,62	Huesca	4	-50,00	3	0,00	Segovia	3	-40,00	0	0,00
Barcelona	483	-6,21	705	15,76	Jaén	51	6,25	13	-13,33	Sevilla	374	-8,78	313	-7,67
Bizkaia	162	-2,41	167	21,01	León	154	10,00	43	0,00	Soria	2	-33,33	0	0,00
Burgos	4	-42,86	76	7.500,00	Lleida	28	21,74	13	85,71	Tarragona	34	9,68	104	70,49
Cáceres	23	9,52	2	-33,33	Lugo	31	19,23	1	0,00	Teruel	3	200,00	0	0,00
Cádiz	143	-2,72	88	-8,33	Madrid	1.577	-0,82	775	11,83	Toledo	110	-13,39	24	-20,00
Cantabria	114	-11,63	1.228	221,47	Málaga	215	34,38	922	135,81	Valencia/València	242	1,26	384	77,78
Castellón/Castelló	23	-20,69	1	0,00	Melilla	8	-11,11	0	0,00	Valladolid	79	5,33	63	173,91
Ceuta	1	0,00	0	0,00	Murcia	82	6,49	127	41,11	Zamora	12	-7,69	0	-100,00
Ciudad Real	20	11,11	5	66,67	Navarra	15	50,00	14	1.300,00	Zaragoza	165	7,84	94	-13,76
Córdoba	59	9,26	11	-66,67										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación de Teleoperador con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (19,19 %) se ubica en Cantabria, seguida de Málaga (14,41 %), Madrid (12,11 %) y Barcelona (11,02 %).

Las provincias con más demandantes parados inscritos a 31 de diciembre de 2016 en la ocupación son las de Madrid, Barcelona y Sevilla.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 7,99 %, inferior a la tasa del sector del Comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la de movilidad total nacional (13,34 %).

Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son Málaga, Cantabria y Tarragona. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Toledo, Cádiz y Córdoba, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Se prevé un aumento de la contratación de Teleoperadores. Muchas empresas están deslocalizando la contratación de los trabajadores en otros países.
- Se tiende a un cambio en el perfil de la ocupación, que conlleva que los trabajadores sean más profesionales, polivalentes y cualificados. Esta ocupación irá asumiendo competencias de persuasión comercial digital; se tiende a relacionar a los consumidores con especialistas cualificados. Se les exige capacidad de liderazgo, adaptabilidad y flexibilidad, pensamiento analítico y resolutivo y orientación a la calidad y gestión de la reputación de la empresa, así como tolerancia a la frustración, positividad, asertividad y empatía.
- La interpretación y las impresiones de los Teleoperadores serán fundamentales para corregir deficiencias en el servicio de Atención al Cliente y proyectar las tendencias de futuro.
- Se tiende a contratar a jóvenes motivados e implicados.
- Existe dificultad de cobertura de Teleoperadores especializados y con profesionalidad en la atención al cliente, con conocimiento del producto y transversales.
- Se han detectado las siguientes necesidades formativas en **competencias técnico profesionales** asociadas a la ocupación de teleoperadores en el sector del comercio minorista:
 - Atención al cliente en el proceso comercial.
 - Técnicas de negociación. Gestión de incidencias. Atención eficaz de quejas y reclamaciones.
 - Evaluación de la calidad en la gestión de las llamadas. Calidad del servicio. Gestión de llamadas a tiempo completo.
 - Comercio electrónico: *E-commerce*.
 - Técnicas de voz en atención a los clientes.
 - Nuevas formas de pago (uso del móvil).
 - Marketing digital. Estrategias de marketing telefónico, promoción y venta.
 - Promoción y venta orientadas a resultados y fidelización y retención de los clientes.
 - Conocimiento del producto. Potenciación de la Marca empresarial.
 - Técnicas de gestión del *feedback*.
- Necesidades formativas en **competencias transversales**:
 - Idioma: Inglés a nivel de usuario independiente/competente. También, francés (usuario independiente), alemán (usuario competente) y chino (usuario básico).
 - Control del estrés.
 - Manejo de herramientas informáticas.
 - Conocimiento de los nuevos *software* relacionados con el *Contact center*.
 - Legislación de protección de datos.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Actividades de venta_COMV0108](#)

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

CNO 5210 JEFES DE SECCIÓN DE TIENDAS Y ALMACENES

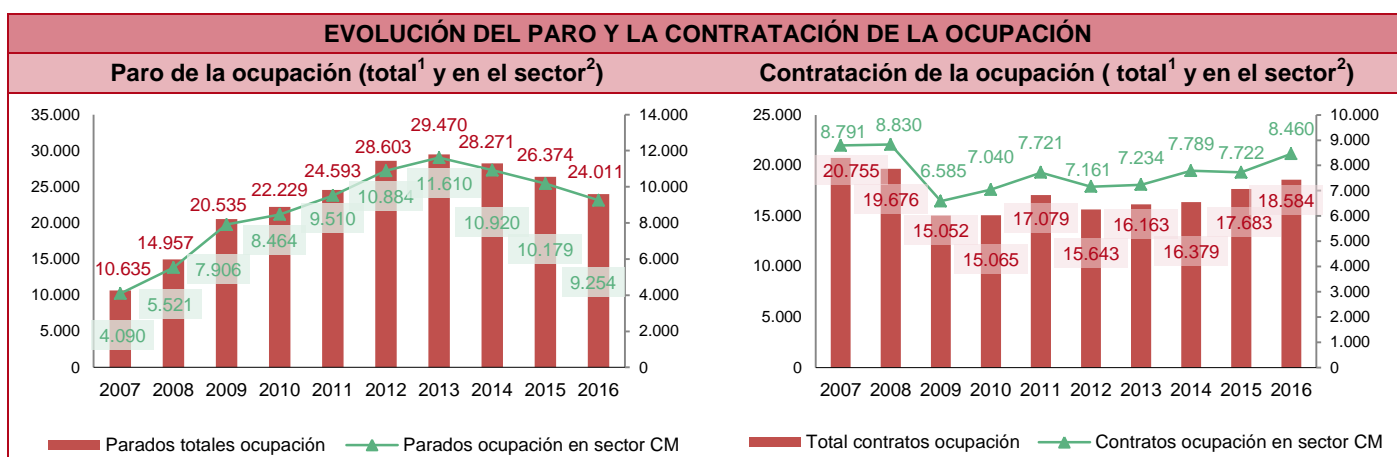
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Encargados de planta y/o sección de comercio
- Encargados de tienda

Los jefes de sección de tiendas y almacenes supervisan y coordinan las actividades de los dependientes, operadores de caja y demás empleados de establecimientos de venta al por mayor y al por menor como supermercados y grandes almacenes.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 24.011 personas inscritas, lo que supone un descenso del 8,96 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	25,97	26,53	44,35
Mujeres	74,03	73,47	55,65
Menores de 30 años	4,77	18,07	16,90
Mayores de 45 años	50,10	40,81	48,44
Extranjeros	3,64	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,67	2,68	3,87
Parados de larga duración	49,33	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	55,38	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

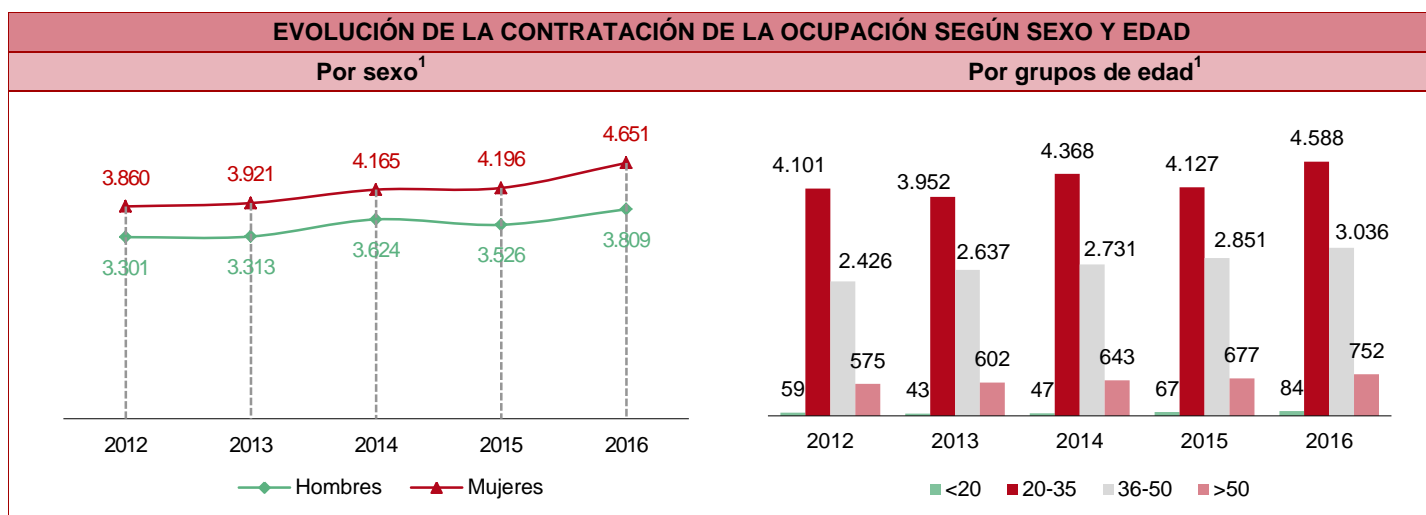
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 18.584 contratos, lo que representa un aumento del 5,10 % si lo comparamos con el año anterior.

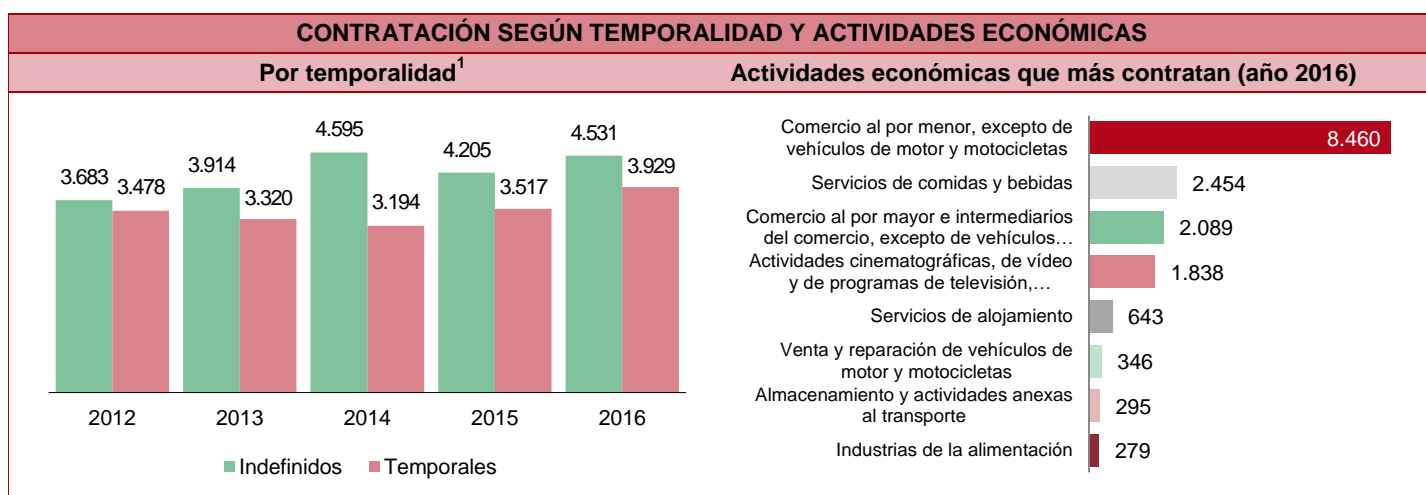
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	45,02	35,49	56,14
Mujeres	54,98	64,51	43,86
Menores de 30 años	30,72	51,37	34,54
Mayores de 45 años	17,61	11,96	23,39
Extranjeros	7,27	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,78	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,31	3,44	2,72
Indefinidos	53,56	15,37	8,58
Temporales	46,44	84,63	91,42
Rotación	1,13	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007 a 2013, el paro en la ocupación, tanto el total como el del sector estudiado, creció, pero a partir de 2014 ha ido decreciendo a un ritmo cada vez mayor. Por otro lado, la contratación en la ocupación comenzó a aumentar ya en 2013 y, aunque en 2015 se produjo una discreta caída solo en la del sector del comercio minorista, en 2016 creció a mayor ritmo que la total de la ocupación.
- En torno a las tres cuartas partes de los desempleados en esta ocupación dentro del sector del comercio minorista como en el sector en su conjunto, eran mujeres. La distribución por sexo en la contratación de la ocupación, sin embargo, está más equilibrada que en el total del sector, donde la tasa de contratación femenina se situó en un 64,51 %.
- Más de la mitad de los contratos de Jefes de sección de tiendas y almacenes en el sector estudiado fueron suscritos por jóvenes menores de 30 años. El tramo de edad donde se registraron más contratos (54,23 %) fue el de 20-35 años.
- Todos los meses de 2016 registraron menos desempleados y más contratos que los mismos meses de 2015; el mes con más parados fue febrero y diciembre, mientras que en la contratación fueron marzo y agosto los que registraron el máximo y mínimo, respectivamente.
- Casi el 54 % de los contratos suscritos en la ocupación dentro del sector del comercio minorista en 2016 fueron indefinidos, muy por encima de la tasa de estabilidad del conjunto del sector y de la estatal. En el último quinquenio la contratación indefinida creció un 23 %, casi diez puntos más que la temporal.
- El 45,52 % del total de contratación de la ocupación se registra en el año 2016 en la actividad económica de Comercio al por menor, excepto vehículos de motor y motocicletas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



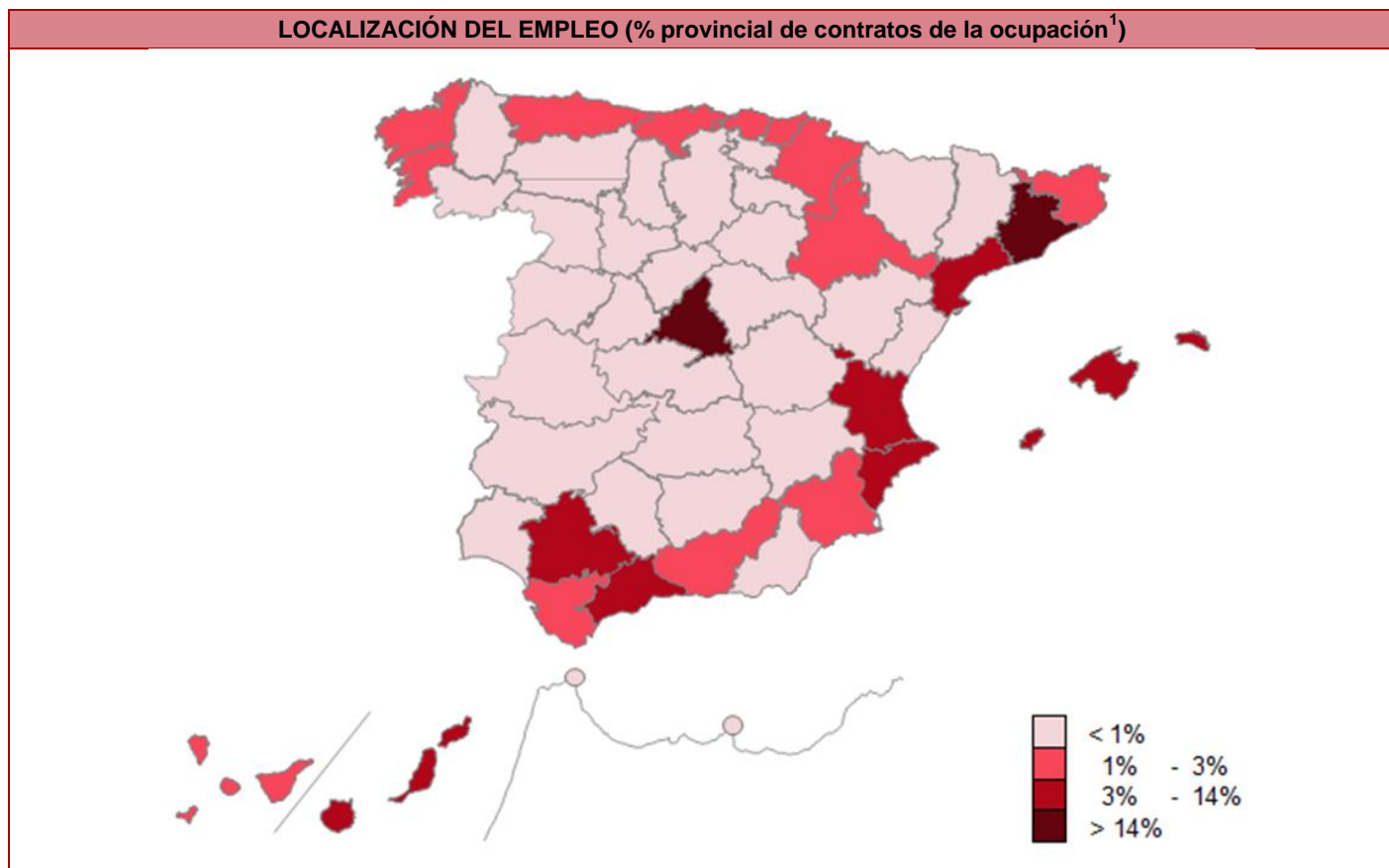
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	58	-1,69	34	142,86	Coruña, A	272	-4,56	253	7,66	Ourense	45	-19,64	25	13,64
Alicante/Alacant	427	-14,77	302	14,83	Cuenca	18	-33,33	14	133,33	Palencia	26	13,04	23	-11,54
Almería	67	-9,46	73	28,07	Gipuzkoa	85	-2,30	107	0,00	Palmas, Las	350	-4,89	337	-5,07
Araba/Álava	49	-15,52	60	17,65	Girona	143	-17,34	177	20,41	Pontevedra	183	-8,04	122	3,39
Asturias	202	-9,82	101	-9,82	Granada	114	-1,72	98	42,03	Rioja, La	41	-12,77	41	-2,38
Ávila	15	7,14	17	21,43	Guadalajara	59	-10,61	20	66,67	Salamanca	75	-15,73	54	100,00
Badajoz	68	1,49	64	-15,79	Huelva	54	-20,59	73	-40,16	Santa Cruz de Tenerife	348	-7,20	210	5,53
Balears, Illes	152	-13,14	314	37,72	Huesca	25	8,70	31	34,78	Segovia	20	-37,50	19	26,67
Barcelona	1.254	-15,21	1.239	10,43	Jaén	58	-7,94	40	37,93	Sevilla	360	-6,98	299	35,29
Bizkaia	235	-4,47	249	25,76	León	95	5,56	64	45,45	Soria	7	75,00	13	8,33
Burgos	50	-1,96	58	65,71	Lleida	69	-12,66	48	4,35	Tarragona	147	-9,26	295	-2,32
Cáceres	30	-16,67	37	5,71	Lugo	32	18,52	68	25,93	Teruel	10	11,11	5	150,00
Cádiz	270	-7,85	136	54,55	Madrid	1.500	-7,01	1.721	4,43	Toledo	128	-9,22	65	16,07
Cantabria	108	-4,42	98	1,03	Málaga	387	-15,32	272	8,80	Valencia/València	547	-11,49	411	6,48
Castellón/Castelló	107	-19,55	59	22,92	Melilla	8	-11,11	8	-27,27	Valladolid	140	-13,04	77	11,59
Ceuta	10	-33,33	8	0,00	Murcia	240	-1,64	244	23,23	Zamora	23	15,00	50	316,67
Ciudad Real	61	5,17	35	-23,91	Navarra	113	2,73	91	-9,90	Zaragoza	274	6,20	145	-29,61
Córdoba	95	-2,06	56	-3,45										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación de Jefes de sección de tiendas y almacenes con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (20,34 %) se ubica en Madrid y el 14,65 % en Barcelona.

Las provincias con más demandantes parados inscritos a 31 de diciembre de 2016 en la ocupación de Jefes de sección de tiendas y almacenes son las de Madrid, Barcelona y Valencia/València.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 20,64 %, superior a la tasa del sector del comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la de movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad de la contratación en esta ocupación, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son Madrid y Barcelona, mientras que el saldo más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) se registra en Jaén, Valladolid, Granada y Córdoba.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- El tamaño de la empresa puede influir en los requerimientos del mercado de trabajo de la ocupación. Las competencias técnico-profesionales que desarrollan los Jefes de sección de tiendas es un valor añadido para poder promocionarse a nivel de jefes de planta en grandes almacenes. Teniendo en cuenta el perfil de la ocupación es necesario adaptar la formación al producto y a la actividad económica.
- Existe cierta dificultad en la cobertura de los puestos de Jefes de sección especializados y con profesionalidad en la atención al cliente.
- Necesidades Formativas en **competencias técnico-profesionales**:
 - Recepción, verificación y organización de los flujos de mercancías.
 - Gestión del stock. Control del stock.
 - Métodos y técnicas del almacenamiento.
 - Presupuesto del almacén y seguimiento desviaciones de costes.
 - Etiquetado y codificación del producto.
 - Formación sobre el producto a vender.
 - *Coaching*.
 - Gestión de recursos humanos (dirección de equipos, resolución de conflictos, motivación, habilidades comunicativas).
 - Adaptación a los nuevos cambios y situaciones.
 - *Visual merchandising*.
 - Marketing básico (análisis del entorno, informes DAFO, tipos de clientes, vida del producto, conocimiento del mismo). Gestión de campañas y estrategias.
 - Escaparatismo.
 - Gestión de ratios.
 - Adecuación a los requerimientos de nuevos mercados y técnicas de venta.
 - *E-Commerce*.
- Necesidades formativas **transversales**:
 - Gestión del estrés.
 - Resolución de problemas.
 - Escucha activa en la comunicación.
 - Técnicas para realizar un trabajo coordinado.
 - Prevención de riesgos laborales.
 - Idiomas: Inglés, a nivel de usuario independiente; Francés y Alemán, a nivel de usuario básico en comprensión auditiva y en interacción oral.
 - Calidad.
 - Atención al cliente.
- Las competencias personales requeridas son: polivalencia, iniciativa, creatividad.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

CNO 5220+5411+5499 VENDEDORES EN TIENDAS Y ALMACENES, EN QUIOSCOS Y NO CLASIFICADOS BAJO OTROS EPÍGRAFES

En estos grupos primarios ocupacionales, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

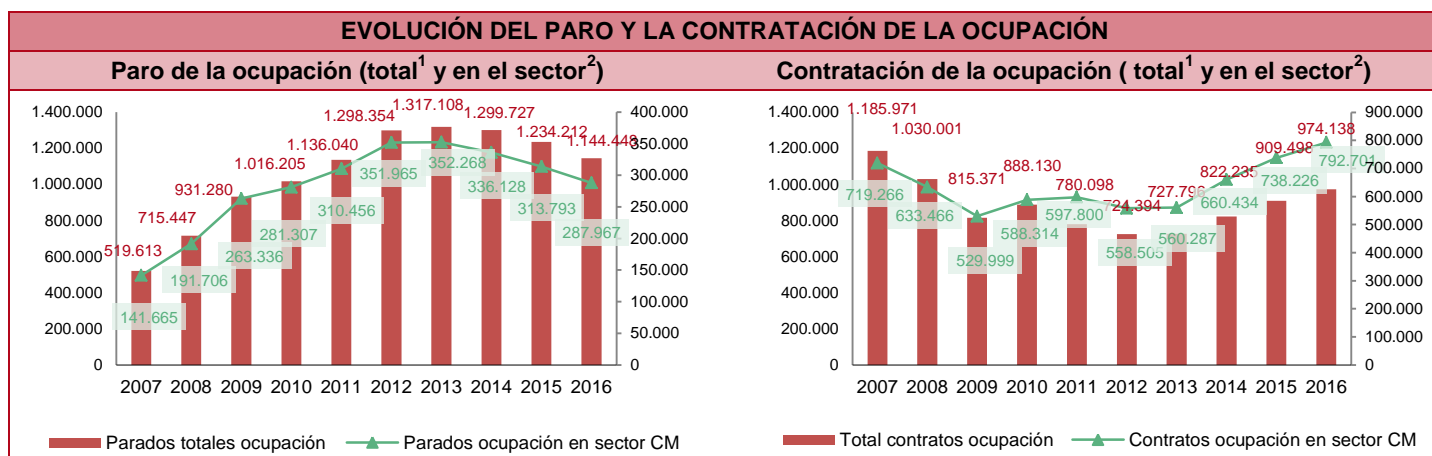
- Dependientes de artículos de deporte, caza y pesca.
- Dependientes de artículos de ferretería
- Dependientes de artículos de fotografía, cine y vídeo
- Dependientes de artículos de regalo
- Dependientes de calzado y artículos de piel
- Dependientes de carnicería y/o charcutería
- Carniceros (dependientes)
- Dependientes de comercio, en general
- Dependientes de componentes electrónicos y/o informática
- Dependientes de electrodomésticos
- Dependientes de estanco
- Dependientes de farmacia
- Dependientes de floristería
- Floristas
- Dependientes de frutería
- Fruteros
- Dependientes de grandes superficies
- Dependientes de herboristería
- Dependientes de instrumentos musicales
- Dependientes de juguetería
- Dependientes de librería y papelería
- Dependientes de material clínico, quirúrgico y ortopédico
- Dependientes de material de óptica e instrumentos de precisión
- Dependientes de muebles y artículos de decoración
- Dependientes de numismática y filatelia
- Dependientes de panadería, pastelería y confitería
- Dependientes de peletería
- Dependientes de perfumería y droguería
- Dependientes de pescadería
- Pescaderos
- Dependientes de pollería y casquería
- Polleros
- Dependientes de productos alimenticios y bebidas
- Dependientes de relojería y joyería
- Dependientes de reproducción de documentos (fotocopias)
- Dependientes de ropa de hogar
- Dependientes de tejidos y prendas de vestir
- Dependientes de quiosco, excepto cupones o lotería
- Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes

Los dependientes en tiendas y almacenes venden una gama de productos y servicios por sí mismos al público o en nombre de establecimientos de venta al por mayor y por menor y explican las funciones y cualidades de dichos productos y servicios.

Los vendedores en quioscos venden diversos productos en quioscos permanentes situados en calles u otros espacios abiertos.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO			
Al cierre de diciembre de 2016 había 1.144.448 personas inscritas, lo que supone un descenso del 7,27 % con respecto al mismo mes del año anterior.			
Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	12,51	26,53	44,35
Mujeres	87,49	73,47	55,65
Menores de 30 años	18,14	18,07	16,90
Mayores de 45 años	38,94	40,81	48,44
Extranjeros	5,82	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,13	2,68	3,87
Parados de larga duración	47,35	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	42,68	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

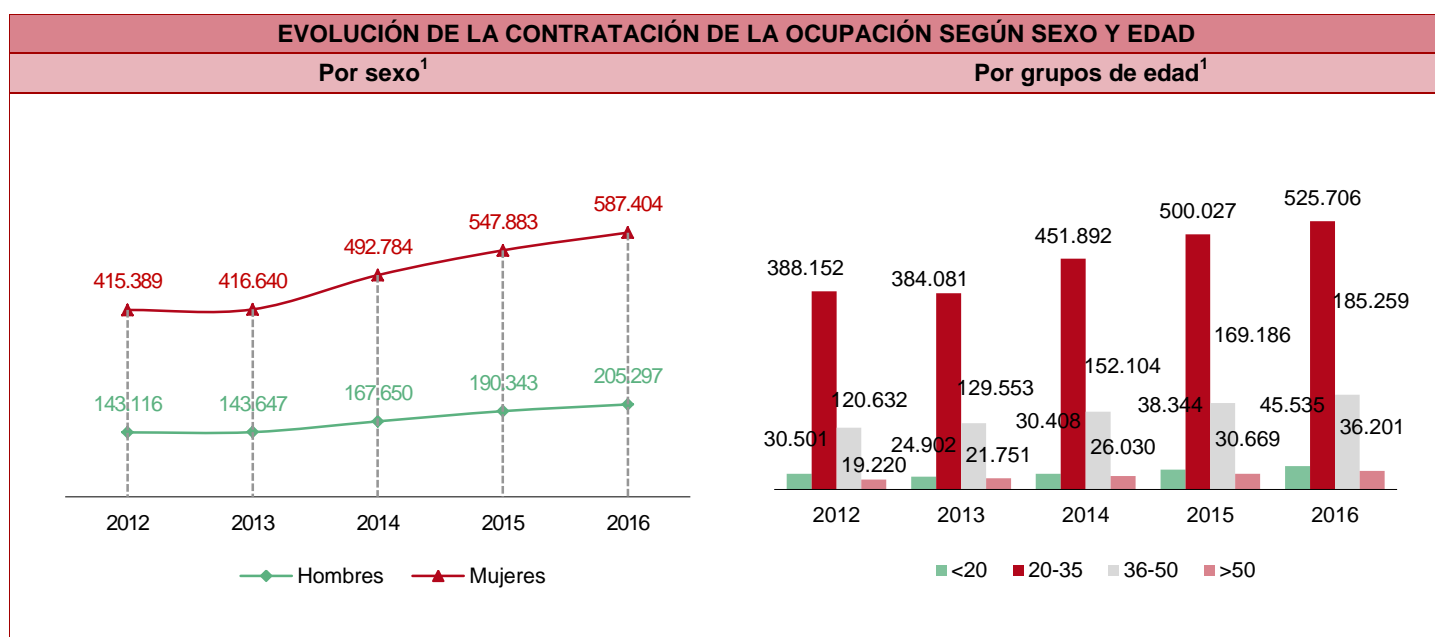
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN			
A lo largo de 2016 se registraron 974.138 contratos, lo que representa un aumento del 7,11 % si lo comparamos con el año anterior.			
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	25,90	35,49	56,14
Mujeres	74,10	64,51	43,86
Menores de 30 años	55,13	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,75	11,96	23,39
Extranjeros	11,10	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,71	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,41	3,44	2,72
Indefinidos	15,24	15,37	8,58
Temporales	84,76	84,63	91,42
Rotación	1,60	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

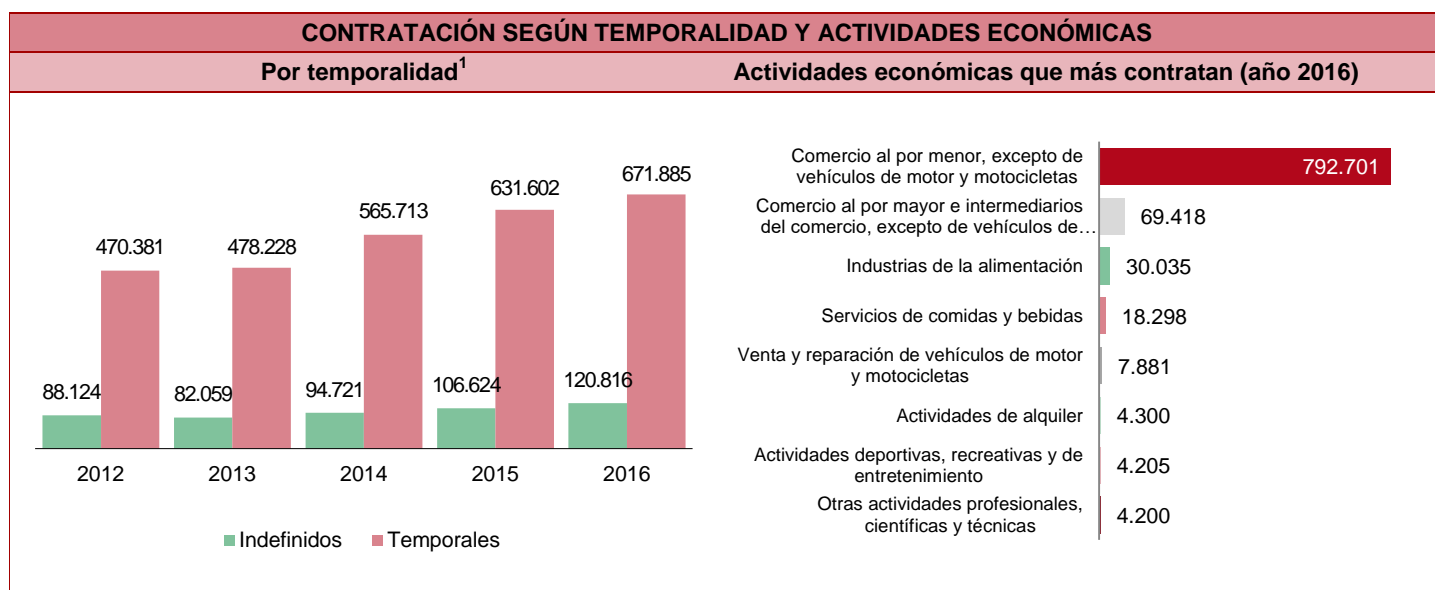
- El paro total así como el del sector aumentan desde 2007 alcanzando la cifra máxima de parados en el año 2013, aunque desde el año siguiente viene descendiendo de forma ininterrumpida. Los contratos se comportan de forma irregular, alternando ascensos y descensos, alcanzando la cifra más baja de contratación en 2009. En 2012 vuelven a caer, para de nuevo cambiar la tendencia de forma que la contratación aumenta en los tres últimos años. Es probable que en 2017 se supere la cifra de contratos del año 2008 e incluso de 2007.
- Son mayoritariamente femeninas, ya que en conjunto en las tres ocupaciones, las mujeres conciertan en torno al 75 % de los contratos y suponen el 88 % del paro registrado, superando en ambos casos el promedio del sector. Si consideramos la ocupación Vendedores en tiendas y almacenes, la contratación femenina supone el 75 %, en Vendedores en quioscos, el porcentaje de contratos a mujeres alcanza el 59 % y en Vendedores no clasificados en otros epígrafes, el 54 %.
- A lo largo del año 2016, en términos interanuales desciende el paro en todos los meses del año respecto de 2015. Respecto de los meses anteriores, se registraron incrementos de paro en los meses de enero y

febrero, así como en septiembre y octubre. Febrero y diciembre fueron los meses con mayor y menor número de parados, respectivamente. La contratación alcanza su valores máximo en junio, que además registró el mayor incremento mensual, el 35,13 %. El mes que registró el mayor aumento interanual respecto de 2015 fue noviembre.

- El 66 % de los contratos registrados se concertaron con personas entre los 20 a 35 años de edad, porcentaje que se reduce en tres puntos porcentuales desde el año 2012. El 23 % de los contratos se hicieron con personas entre los 36 a 50 años. Los tramos de menores de 20 años y de mayores registraban cada uno entorno al 5 % de la contratación. Los contratos a extranjeros representaron el 11 %, tanto en la ocupación como en el sector.
- La contratación indefinida, tanto en la ocupación como en el sector, está en torno al 15 %, superior a la registrada en el conjunto del mercado de trabajo del país (8,58 %). Consecuencia de esta mayor estabilidad es una menor rotación respecto del total del mercado laboral.
- A diferencia de otras ocupaciones estudiadas en este documento, que por su carácter transversal se hacen visibles en diversidad de actividades económicas, en el caso de las ocupaciones Vendedores en tiendas y almacenes, Vendedores en quioscos y Vendedores no clasificados en otros epígrafes, más del 80 % de los contratos se concentraban en el Comercio al por menor.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

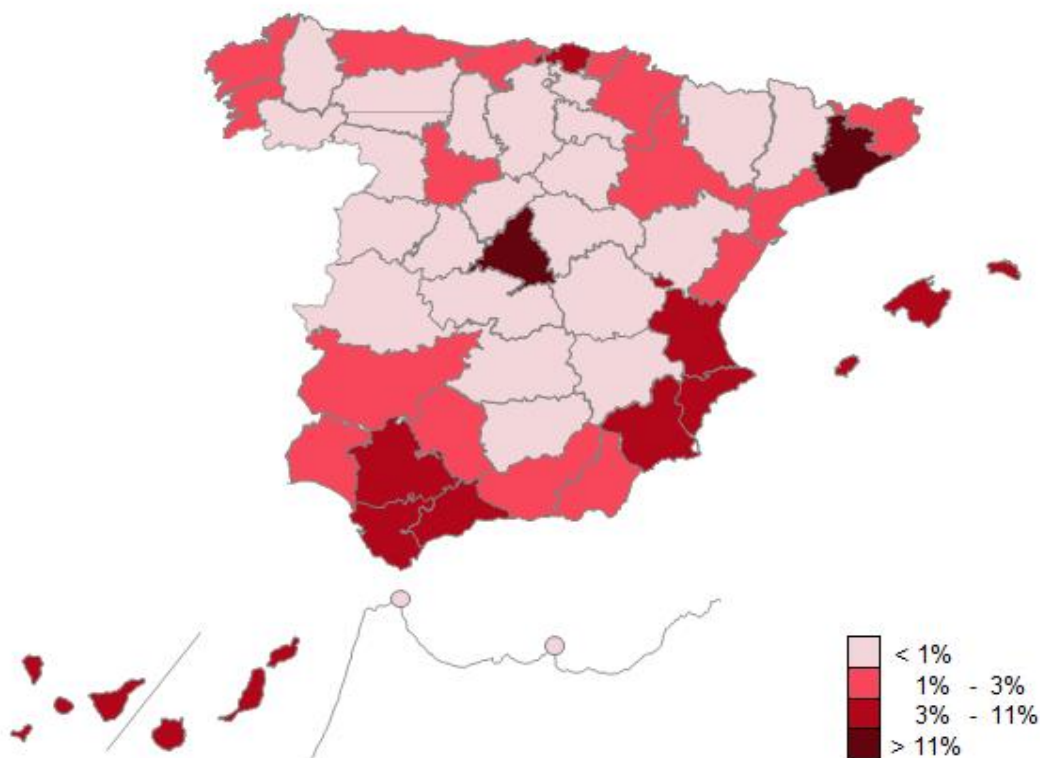
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Cont. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Cont. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Cont. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	2.516	-5,02	4.531	7,42	Coruña, A	7.224	-8,15	19.650	5,73	Ourense	1.678	-7,04	4.200	10,64
Alicante/Alacant	16.012	-7,26	34.418	9,47	Cuenca	737	-10,23	1.727	14,07	Palencia	811	-16,39	2.305	10,50
Almería	3.357	-10,98	10.702	8,14	Gipuzkoa	3.508	-7,73	16.750	6,01	Palmas, Las	12.686	-5,74	31.402	16,42
Araba/Álava	1.883	-10,38	7.834	-0,14	Girona	4.318	-8,77	19.225	8,11	Pontevedra	6.349	-10,59	15.439	2,02
Asturias	8.442	-7,84	15.956	-1,76	Granada	5.332	-12,4	13.714	21,41	Rioja, La	1.881	-9,70	5.515	8,67
Ávila	685	-17,57	1.901	18,37	Guadalajara	922	-12,1	1.509	-15,75	Salamanca	2.733	-8,56	4.297	1,49
Badajoz	4.042	-4,76	8.955	2,62	Huelva	2.622	-10,1	9.139	4,71	Santa Cruz de Tenerife	13.022	-4,85	25.998	9,68
Balears, Illes	4.931	-15,80	30.516	11,41	Huesca	765	-12,5	3.130	7,89	Segovia	546	-14,82	1.566	-1,94
Barcelona	27.639	-11,60	104.021	6,67	Jaén	3.256	-6,54	6.443	3,99	Sevilla	13.877	-8,17	31.242	9,79
Bizkaia	7.342	-5,58	29.660	9,02	León	2.620	-8,36	6.243	1,31	Soria	337	-16,79	1.249	-9,16
Burgos	1.945	-16,06	4.705	8,69	Lleida	1.654	-7,80	5.311	8,23	Tarragona	4.839	-7,17	15.553	3,62
Cáceres	1.641	-4,70	4.199	5,19	Lugo	1.711	-5,94	5.038	10,51	Teruel	435	-6,25	1.385	12,33
Cádiz	13.569	-5,42	24.513	12,91	Madrid	26.561	-8,14	94.507	4,78	Toledo	4.226	-6,61	5.108	6,13
Cantabria	3.895	-9,00	9.765	6,77	Málaga	13.876	-7,28	35.646	11,73	Valencia/València	16.663	-8,76	30.949	3,58
Castellón/Castelló	3.699	-7,89	8.274	7,33	Melilla	326	-18,30	859	-6,53	Valladolid	3.183	-7,23	8.579	4,39
Ceuta	481	-1,64	1.252	2,29	Murcia	9.579	-7,88	24.188	9,37	Zamora	815	-19,31	1.952	21,47
Ciudad Real	2.763	-3,53	4.326	4,14	Navarra	2.968	-7,16	12.684	4,16	Zaragoza	5.807	-6,01	14.326	4,58
Córdoba	5.258	-4,73	10.302	9,42										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos del conjunto de las tres ocupaciones, Vendedores en tiendas y almacenes, Vendedores en quioscos y Vendedores no clasificados en otros epígrafes, con respecto al total nacional; por los tramos recogidos, son ocupaciones muy implantadas por toda la geografía nacional, y aunque destacan Barcelona y Madrid, estas dos provincias concentran el 13,12 % y el 11,92 %, respectivamente. En un segundo grupo, se encuentran diez provincias, entre las que destaca Málaga o Alicante también con un importante volumen de contratos.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 8,36 %, inferior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Madrid, Barcelona e Illes Balears. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Toledo, Cádiz y Jaén, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Se necesita cada vez más un perfil polivalente, joven y moderno. Una figura que domine las nuevas tecnologías a la vez que sepa manejar el producto que se comercializa, tanto de puertas adentro del negocio como de cara a la atención de los consumidores. Que sepa combinar los activos del comercio tradicional con las innovaciones del comercio *online*.
- Por otra parte, la oferta de empleo destinada a Vendedores en tiendas y almacenes, recoge como competencias específicas que se exigen a los candidatos, las de venta y atención al cliente, de las que a su vez derivan tareas de montaje de escaparates, asesoramiento especializado al cliente, recepción y reposición de mercancías, gestión de stocks o control de caja.
- Para Vendedores en tiendas y almacenes en el subsector del comercio minorista de alimentación, la oferta de empleo recoge como competencias específicas generales, además de la venta y atención al cliente, entre otras, tareas de corte y despique, elaboración de preparados, envasado de alimentos o recepción y colocación de mercancías.
- En las ocupaciones de Vendedores en tiendas y almacenes, Vendedores en quioscos y Vendedores no clasificados bajo otros epígrafes se detectan como principales necesidades de formación, las siguientes:
 - Necesidades formativas en **competencias técnico profesionales**:
 - Técnicas de venta y atención al cliente
 - Escaparatismo
 - Comercio electrónico
 - Promoción y venta
 - Uso de redes sociales
 - Terminales de venta electrónicos (TPV)
 - Nuevas formas de pago (uso móvil...)
 - Marketing digital
 - Firma y factura electrónicas
 - Técnicas de cierre de ventas
 - Gestión de stocks y almacenamiento
 - Gestión de incidencias

En el subsector del comercio minorista de alimentación, se detectan, además, necesidades formativas en:

- Seguridad e higiene alimentaria
- Preparación del producto y preparación de pedidos
- Funciones del frío; congelación-descongelación
- Cuidado medioambiental y gestión de residuos
- Etiquetado e información alimentaria
- Conocimientos cualidades nutricionales y culinarios básicos del producto.
- Necesidades formativas en **competencias transversales**:
 - Idiomas. Inglés (nivel medio)
 - Prevención de riesgos laborales
 - Contabilidad
 - Normas y sistemas de calidad
 - Medios de financiación (autónomos)
 - Legislación comercial/venta (autónomos)
 - Trámites con las AAPP/Administración electrónica. Subvenciones.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

[Actividades de venta_COMV0108](#)

[Actividades de gestión del pequeño comercio_COMT0112](#)

CNO 5420 OPERADORES DE TELEMARKETING

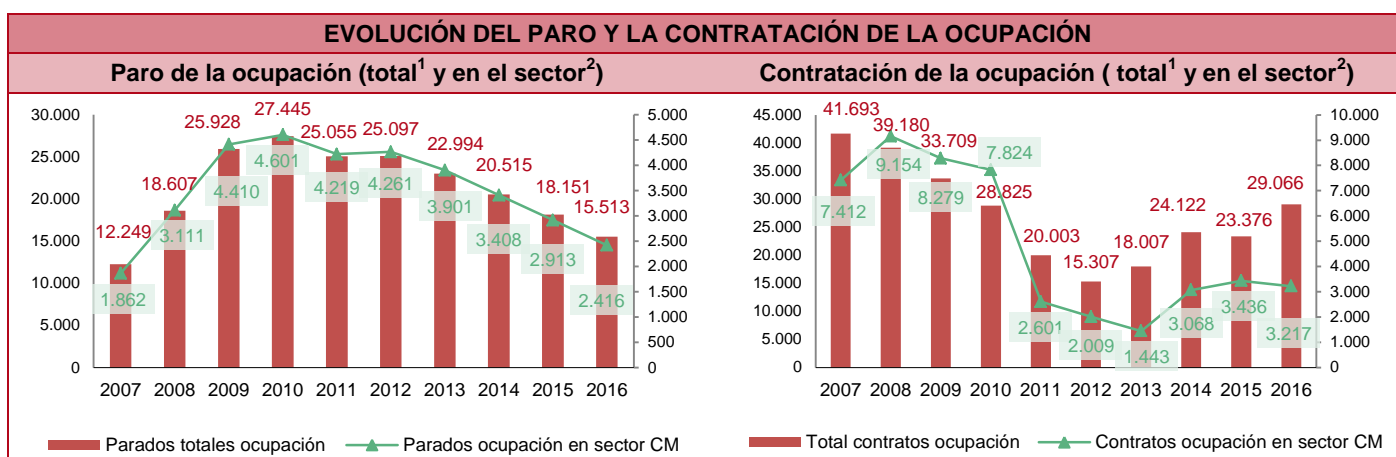
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Vendedores por teléfono
- Televendedores

Los operadores de telemarketing mantienen contactos con clientes o posibles clientes, usando el teléfono u otro medio de comunicación electrónico, para promover productos o servicios, hacer ventas y concertar visitas de venta. Pueden trabajar en un centro de llamadas telefónicas o en lugares no centralizados.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 15.513 personas inscritas, lo que supone un descenso del 14,53 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	7,04	26,53	44,35
Mujeres	92,96	73,47	55,65
Menores de 30 años	12,13	18,07	16,90
Mayores de 45 años	42,84	40,81	48,44
Extranjeros	3,52	7,35	11,75
Personas con discapacidad	4,93	2,68	3,87
Parados de larga duración	51,86	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	42,34	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

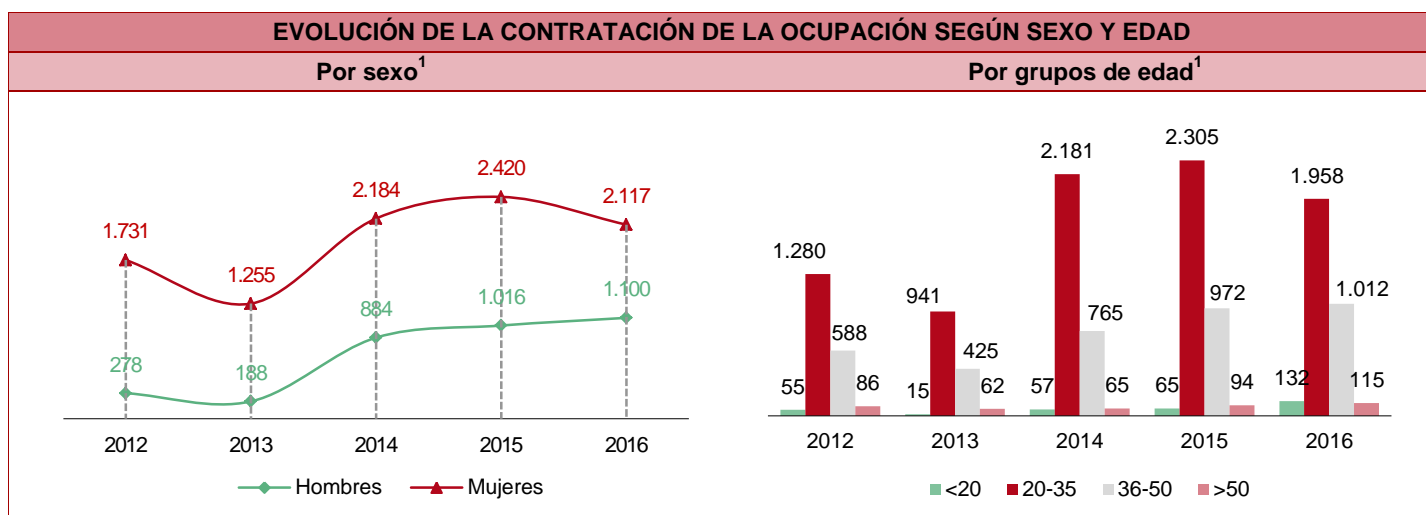
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 29.066 contratos, lo que representa un aumento del 24,34 % si lo comparamos con el año anterior.

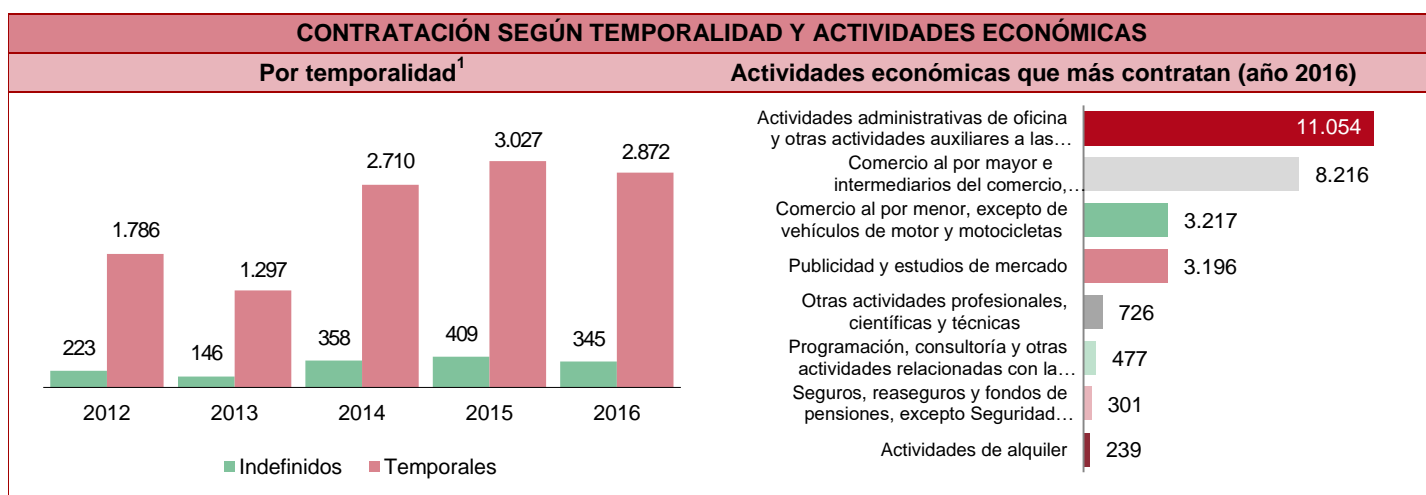
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	34,19	35,49	56,14
Mujeres	65,81	64,51	43,86
Menores de 30 años	44,02	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,16	11,96	23,39
Extranjeros	3,67	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,87	0,92	1,34
Parados de larga duración	4,48	3,44	2,72
Indefinidos	10,72	15,37	8,58
Temporales	89,28	84,63	91,42
Rotación	1,52	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- La evolución del paro en los últimos diez años, tanto en el total de la ocupación como en el comercio minorista, muestra dos periodos o tendencias, una hasta el año 2010 en que se alcanza el pico más alto de paro y otro que se inicia a partir del año 2011 en el que no deja de descender. A finales de 2016, la cifra de parados se ha reducido considerablemente en el sector desde 2010, aunque sigue por encima de los tres mil parados respecto del año 2007. La contratación alcanza su nivel más bajo en los años 2012 y 2013, y mientras en el total de la ocupación el número de contratos se recupera sobre todo en 2016, más irregular ha sido la recuperación en el comercio minorista desde 2014, como se muestra en el gráfico anterior.
- Esta ocupación es mayoritariamente femenina, ya que las mujeres conciertan en torno al 65 % de los contratos y suponen más del 75 % del desempleo.
- Ciñéndonos a los datos de la ocupación en el comercio minorista, en términos interanuales el paro descende en todos los meses del año 2016 respecto de los mismos meses de 2015. Durante el año 2016 el paro en la ocupación aumenta un cuatro por ciento en el mes de enero respecto del mes anterior y muy levemente en los meses de agosto y septiembre. La contratación alcanza sus valores máximos, por encima de los quinientos contratos, en enero, abril y julio. Sin embargo, el número de contratos descende en los cuatro últimos meses del año 2016, tanto en términos interanuales como respecto del mes anterior.
- La edad media de las personas contratadas en 2016 en esta ocupación estaba entre los 20 a 35 años, en un 60,86 %, porcentaje más bajo que alcanza este intervalo de edad desde el año 2012. En 2014 este tramo de edad representaba el 71,09 % de los contratos de la ocupación.
- Predomina la contratación temporal en esta ocupación, cercana al 90%, en consonancia con el mercado de trabajo de nuestro país.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

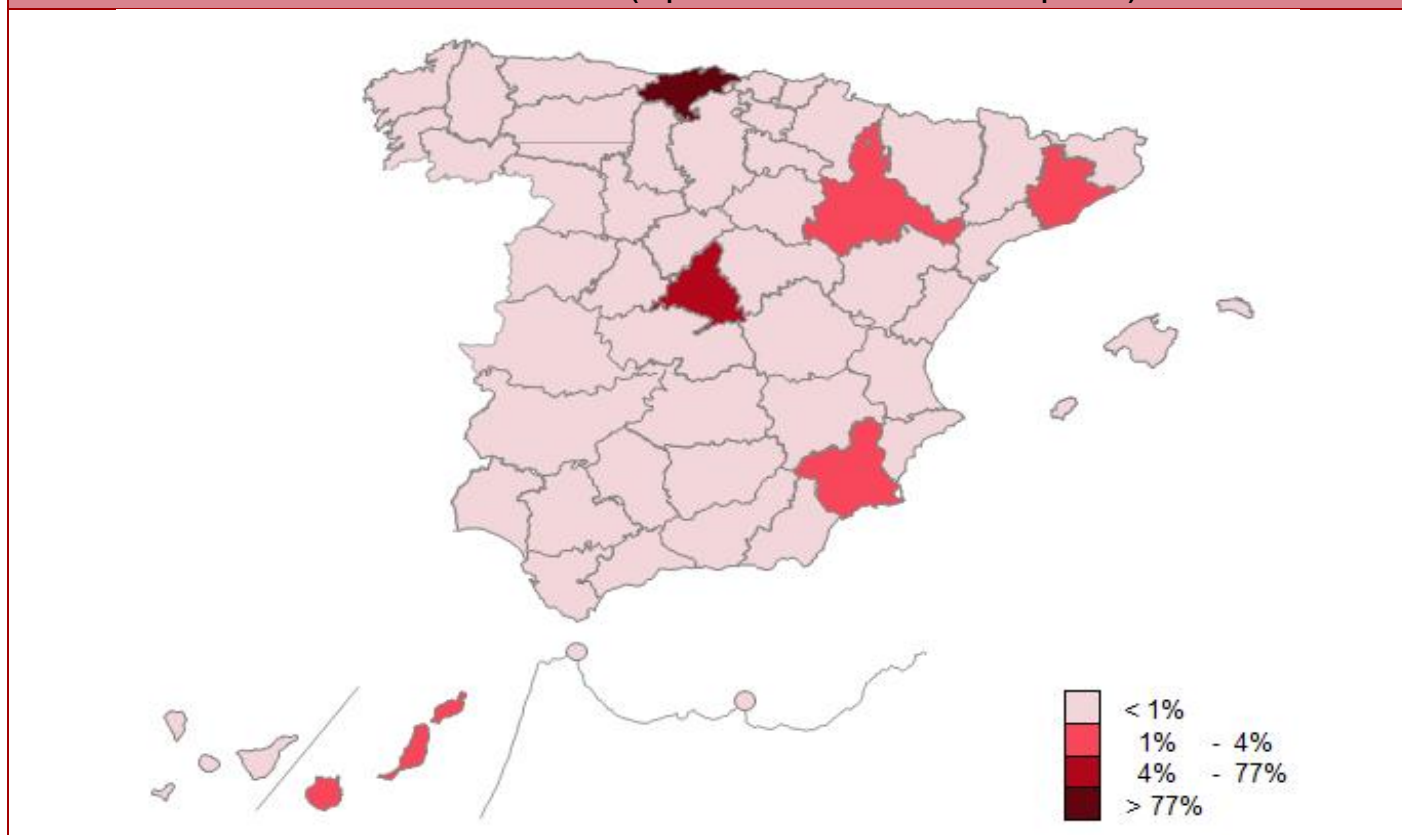
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	27	-25,00	0	0,00	Coruña, A	47	-14,55	10	-28,57	Ourense	3	-57,14	7	40,00
Alicante/Alacant	69	-5,48	18	125,00	Cuenca	10	100,00	1	-66,67	Palencia	2	-60,00	1	0,00
Almería	8	100,00	1	0,00	Gipuzkoa	18	-10,00	6	-60,00	Palmas, Las	70	-25,53	50	-52,38
Araba/Álava	3	-25,00	0	0,00	Girona	16	-5,88	10	400,00	Pontevedra	48	-17,24	21	0,00
Asturias	52	-8,77	15	87,50	Granada	35	-20,45	3	200,00	Rioja, La	5	0,00	0	0,00
Ávila	11	-15,38	1	0,00	Guadalajara	14	0,00	2	0,00	Salamanca	11	0,00	6	500,00
Badajoz	22	-26,67	12	-20,00	Huelva	7	-12,50	0	-100,0	Santa Cruz de Tenerife	54	-20,59	2	-81,82
Balears, Illes	23	-11,54	15	650,00	Huesca	1	-66,67	1	0,00	Segovia	2	100,00	0	0,00
Barcelona	332	-16,37	113	-57,84	Jaén	11	10,00	1	0,00	Sevilla	134	-24,29	16	60,00
Bizkaia	82	-5,75	26	-43,48	León	39	-15,22	1	0,00	Soria	2	0,00	0	0,00
Burgos	3	-66,67	3	200,00	Lleida	20	-16,67	4	300,00	Tarragona	32	-11,11	5	-72,22
Cáceres	25	0,00	1	-88,89	Lugo	8	33,33	5	0,00	Teruel	0	-100,0	0	0,00
Cádiz	90	-10,00	1	-88,89	Madrid	487	-26,55	194	-48,95	Toledo	49	11,36	4	100,00
Cantabria	39	-23,53	2.503	9,30	Málaga	132	-13,16	16	128,57	Valencia/València	110	-5,17	25	-58,33
Castellón/Castelló	13	-7,14	1	0,00	Melilla	1	-75,00	0	0,00	Valladolid	54	-15,63	23	15,00
Ceuta	2	-33,33	0	0,00	Murcia	76	-13,64	39	-2,50	Zamora	2	-50,00	0	0,00
Ciudad Real	6	-53,85	1	-50,00	Navarra	19	0,00	3	0,00	Zaragoza	67	-10,67	47	-17,54
Córdoba	23	-14,81	3	50,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Operadores de telemarketing con respecto al total nacional; muestra que Cantabria, con el 77,81 %, es la provincia que concentra, con mucha diferencia, el mayor número de contratos. Madrid (6,03 %) y Barcelona (3,51 %) son las siguientes provincias por volumen de contratación, aún por encima de los cien contratos. Las Palmas, Zaragoza y Murcia, aunque ya por debajo de los cien contratos, mantienen porcentajes de contratación que superan el 1%. El resto de provincias queda por debajo de esa cifra.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es muy baja, el 5,13 %, inferior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). La provincia con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras es Cantabria. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Madrid, Asturias, Zaragoza y Burgos, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- En la ocupación de Operadores de telemarketing se detectan como principales necesidades de formación, las siguientes:
 - Necesidades formativas en **competencias técnico profesionales**:
 - Técnicas de venta y atención al cliente
 - Gestión de incidencias
 - Comercio electrónico
 - Nuevas formas de pago (uso del móvil...)
 - Marketing digital
 - Promoción y venta
 - Conocimiento del producto
 - Necesidades formativas en **competencias transversales**:
 - Idiomas, nivel medio-avanzado
 - Ofimática, nivel básico en procesador de textos y avanzado en hoja de cálculo y base de datos
 - Medios de pago

3. OFERTA FORMATIVA

Formación Profesional de grado medio:

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de Profesionalidad

[Gestión comercial de ventas COMT0411](#)

[Actividades de venta COMV0108](#)

[Actividades de gestión del pequeño comercio COMT0112](#)

CNO 5491 VENDEDORES A DOMICILIO

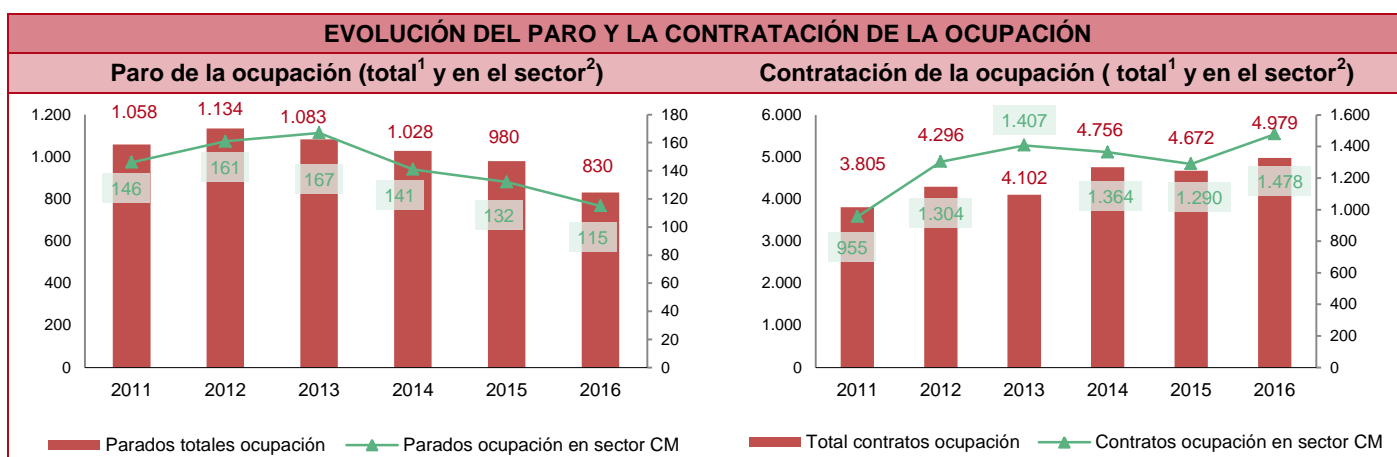
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Vendedores a domicilio, en general

Los vendedores a domicilio describen, demuestran y venden productos y servicios y tratan de conseguir pedidos para la empresa de la que dependen visitando a posibles clientes, generalmente residentes en domicilios particulares, yendo de puerta en puerta.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 830 personas inscritas, lo que supone un descenso del 15,31 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	53,04	26,53	44,35
Mujeres	46,96	73,47	55,65
Menores de 30 años	10,43	18,07	16,90
Mayores de 45 años	53,91	40,81	48,44
Extranjeros	5,22	7,35	11,75
Personas con discapacidad	5,22	2,68	3,87
Parados de larga duración	46,96	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	48,70	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

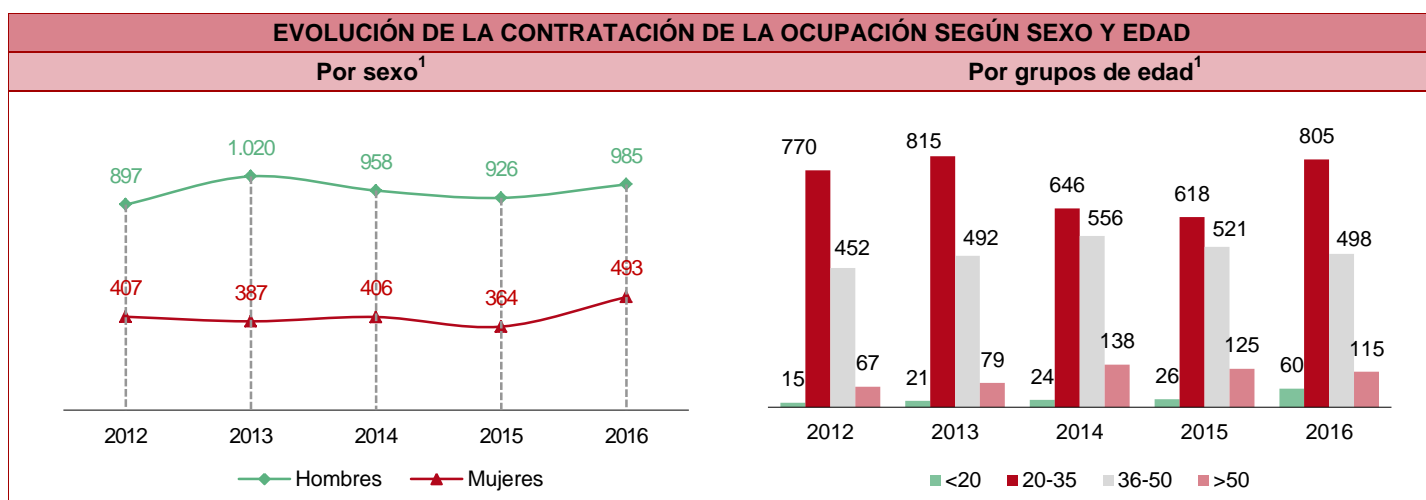
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 4.979 contratos, lo que representa un aumento del 6,57 % si lo comparamos con el año anterior.

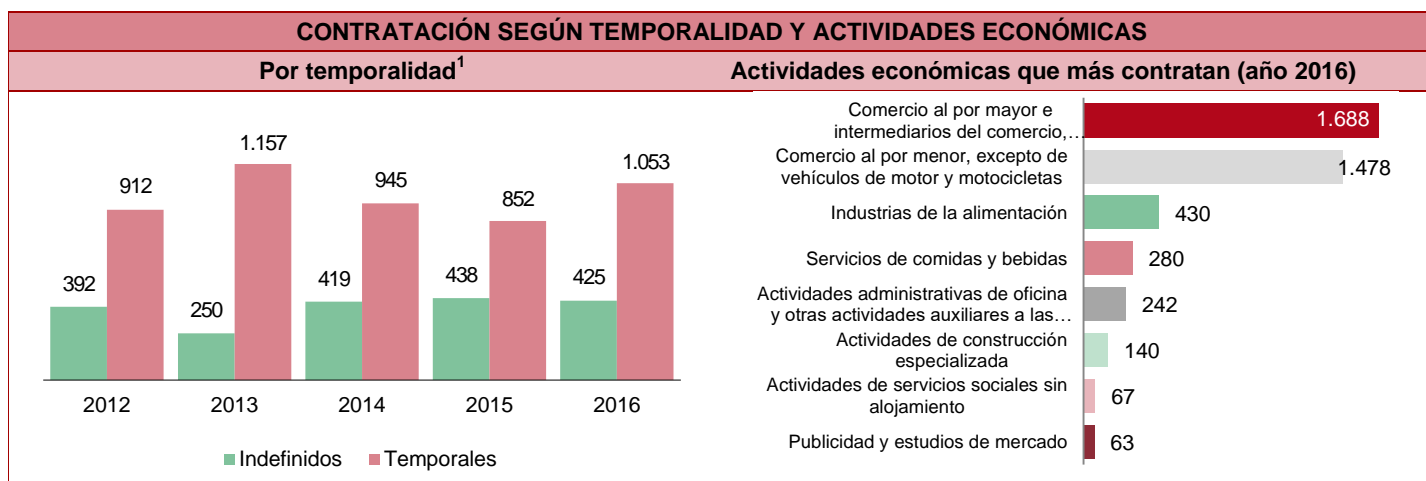
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	66,64	35,49	56,14
Mujeres	33,36	64,51	43,86
Menores de 30 años	37,55	51,37	34,54
Mayores de 45 años	19,08	11,96	23,39
Extranjeros	9,68	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,22	0,92	1,34
Parados de larga duración	5,41	3,44	2,72
Indefinidos	28,76	15,37	8,58
Temporales	71,24	84,63	91,42
Rotación	1,25	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total en la ocupación así como el del sector no ha dejado de descender a partir del año 2013 y 2014, respectivamente. La evolución de la contratación se ha mostrado sin embargo más irregular, alternando ascensos y descensos, si bien con una tendencia al alza en el conjunto de los años contemplados en el gráfico anterior.
- Si bien en el conjunto de la actividad del comercio minorista la presencia de mujeres es mayoritaria, pues hay más mujeres paradas pero también son más contratadas, en la ocupación de Vendedores a domicilio sin embargo, hay más paro entre los hombres y dos de cada tres contratos son concertados por varones.
- Ciñéndonos a los datos de la ocupación de Vendedores a domicilio en el comercio minorista, a lo largo del año 2016 el paro se incrementó significativamente en los meses de octubre y enero. En términos interanuales el paro desciende en todos los meses del año 2016 respecto de los mismos meses de 2015. La contratación alcanza sus valores más altos en los meses de septiembre, octubre y noviembre. En diciembre se registra un descenso importante hasta suponer el mes con menos contratos del año. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son agosto y noviembre.
- La edad de los contratados en esta ocupación se sitúa principalmente en la franja entre los 20 a 50 años, tramo que para el año 2012 suponía algo más del 93 % de los contratos y en 2016 del 88 %.
- La contratación indefinida en la ocupación es mayor a la media del sector, a juzgar por la tasa de estabilidad (28,76 % y 15,37 %, respectivamente), además ambas superan la total nacional que es del 8,58 %.
- El peso de la experiencia es importante dado el bajo nivel de parados de primer empleo. El desempleo de larga duración fue del 46,96 %, superando la media del sector y la del mercado de trabajo estatal. El porcentaje de contratos concertados con quienes llevaban más de un año demandando empleo en esta ocupación fue solo del 5,41 %, cifra no obstante superior a la del conjunto del sector.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

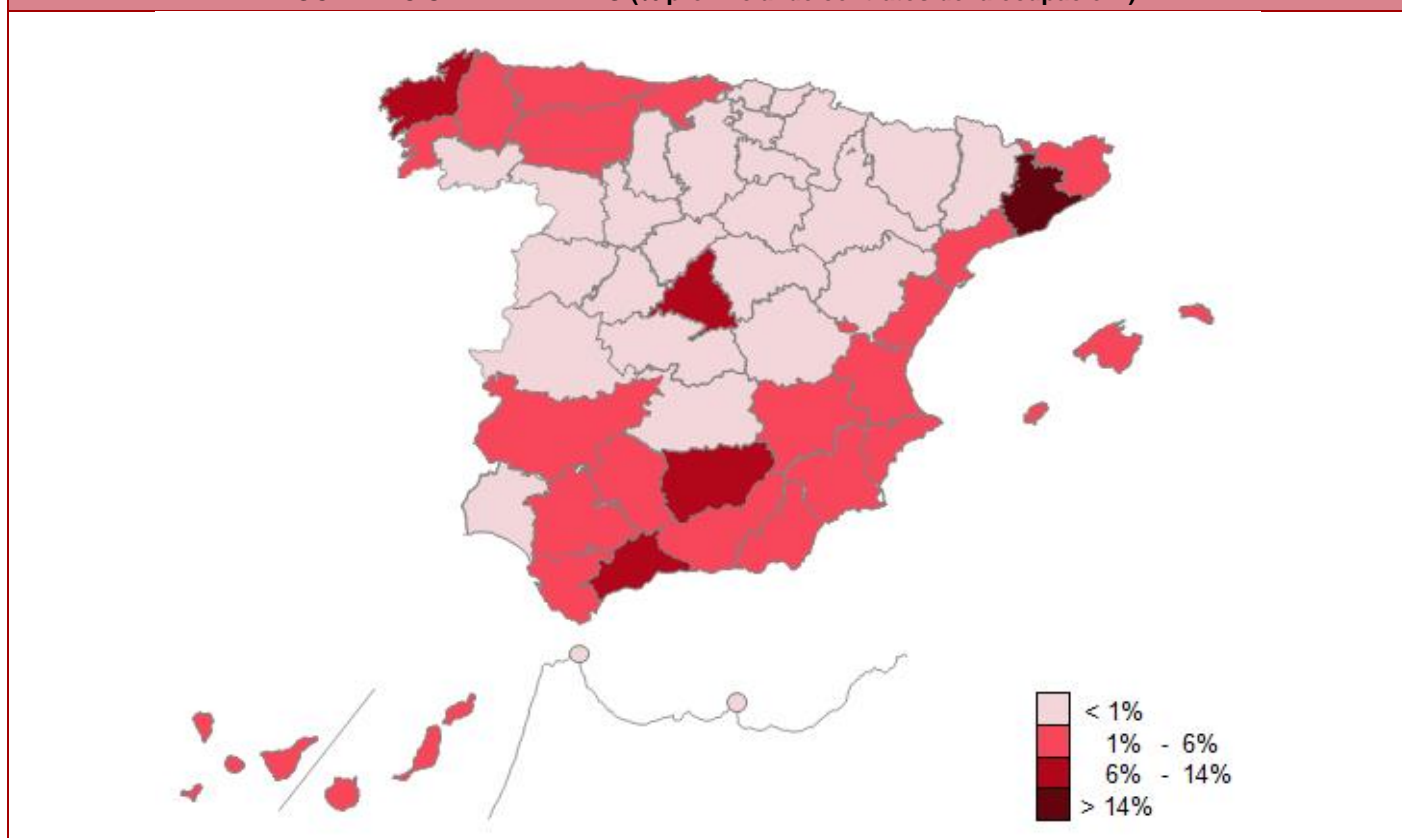
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	0	0,00	25	-46,81	Coruña, A	7	40,00	91	22,97	Ourense	0	-100,0	12	-45,45
Alicante/Alacant	5	0,00	43	22,86	Cuenca	0	0,00	11	-31,25	Palencia	0	0,00	0	0,00
Almería	1	-75,00	33	65,00	Gipuzkoa	2	100,00	5	0,00	Palmas, Las	11	0,00	41	36,67
Araba/Álava	0	0,00	5	-16,67	Girona	3	0,00	44	214,29	Pontevedra	3	0,00	26	-27,78
Asturias	5	25,00	82	86,36	Granada	2	-71,43	25	-3,85	Rioja, La	0	0,00	0	0,00
Ávila	0	0,00	1	0,00	Guadalajara	0	-100,0	3	0,00	Salamanca	1	0,00	3	-66,67
Badajoz	1	0,00	23	-50,00	Huelva	2	100,00	11	57,14	Santa Cruz de Tenerife	7	40,00	67	86,11
Balears, Illes	7	0,00	40	14,29	Huesca	0	0,00	6	100,00	Segovia	0	0,00	0	-100,0
Barcelona	5	-28,57	213	67,72	Jaén	2	0,00	127	38,04	Sevilla	5	25,00	31	-6,06
Bizkaia	1	0,00	3	50,00	León	1	-50,00	23	666,67	Soria	0	0,00	0	-100,0
Burgos	0	0,00	0	-100,0	Lleida	1	0,00	5	-16,67	Tarragona	1	0,00	28	115,38
Cáceres	1	0,00	5	-37,50	Lugo	0	-100,00	25	-3,85	Teruel	0	0,00	0	0,00
Cádiz	7	-36,36	15	25,00	Madrid	4	-42,86	89	9,88	Toledo	0	0,00	3	-78,57
Cantabria	4	100,00	24	84,62	Málaga	9	-25,00	102	-12,07	Valencia/València	5	0,00	49	88,46
Castellón/Castelló	1	0,00	49	-14,04	Melilla	0	0,00	0	0,00	Valladolid	2	100,00	10	-58,33
Ceuta	0	0,00	0	0,00	Murcia	4	100,00	29	11,54	Zamora	1	0,00	5	150,00
Ciudad Real	1	-50,00	9	0,00	Navarra	0	0,00	0	0,00	Zaragoza	1	0,00	4	-80,00
Córdoba	2	-71,43	33	-47,62										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Vendedores a domicilio con respecto al total nacional, mostrando que no hay una fuerte concentración de contratos en una o varias provincias. Por el contrario, los tramos porcentuales reflejan una gran dispersión. Barcelona es la provincia que concentra el 14,41 % de la contratación de la ocupación. Un segundo grupo de cuatro provincias, Jaén, Málaga, A Coruña y Madrid se mueven en un intervalo entre el 6% y el 9% de contratos.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 26,05 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Barcelona, Jaén y Castellón. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Girona, Almería y Tarragona principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- En la ocupación de Vendedores a domicilio se detectan como principales necesidades de formación, las siguientes:
 - Necesidades formativas en competencias **técnico profesionales**:
 - Técnicas de venta y atención al cliente
 - Nuevas formas de pago (uso del móvil...)
 - Comercio electrónico
 - Necesidades formativas en competencias **transversales**:
 - Idiomas
 - Ofimática básica
 - Contabilidad
 - Medios de financiación. Contratos de venta
 - Medios de pago

3. OFERTA FORMATIVA

Formación Profesional de grado medio:

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de Profesionalidad

[Gestión comercial de ventas COMT0411](#)

[Actividades de venta COMV0108](#)

CNO 5492 PROMOTORES DE VENTA

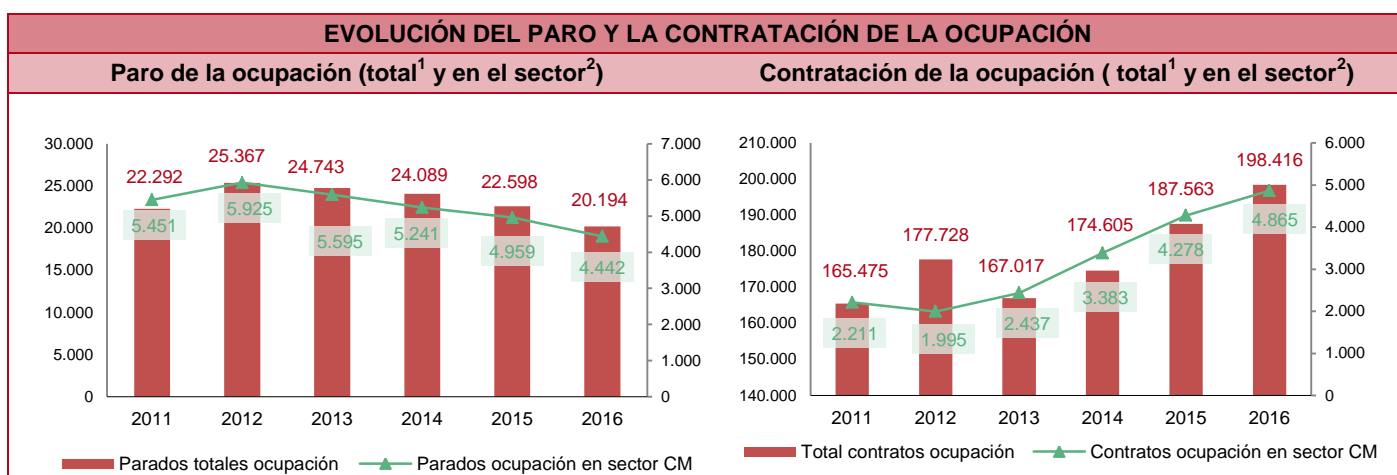
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Azafatos de degustación.
- Demostradores de productos, en general.

Los promotores de venta hacen demostraciones de productos en locales comerciales, exposiciones y hogares particulares.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 20.194 personas inscritas, lo que supone un descenso del 10,64 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	2,88	26,53	44,35
Mujeres	97,12	73,47	55,65
Menores de 30 años	23,37	18,07	16,90
Mayores de 45 años	25,78	40,81	48,44
Extranjeros	2,07	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,44	2,68	3,87
Parados de larga duración	44,15	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	40,48	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

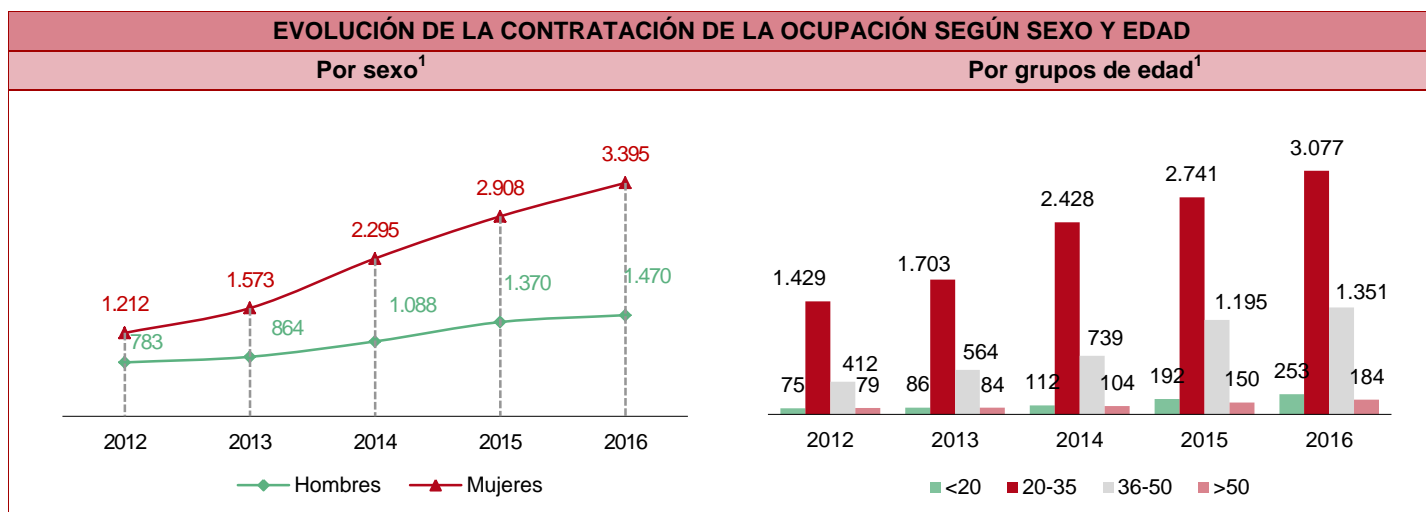
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 198.416 contratos, lo que representa un aumento del 5,79 % si lo comparamos con el año anterior.

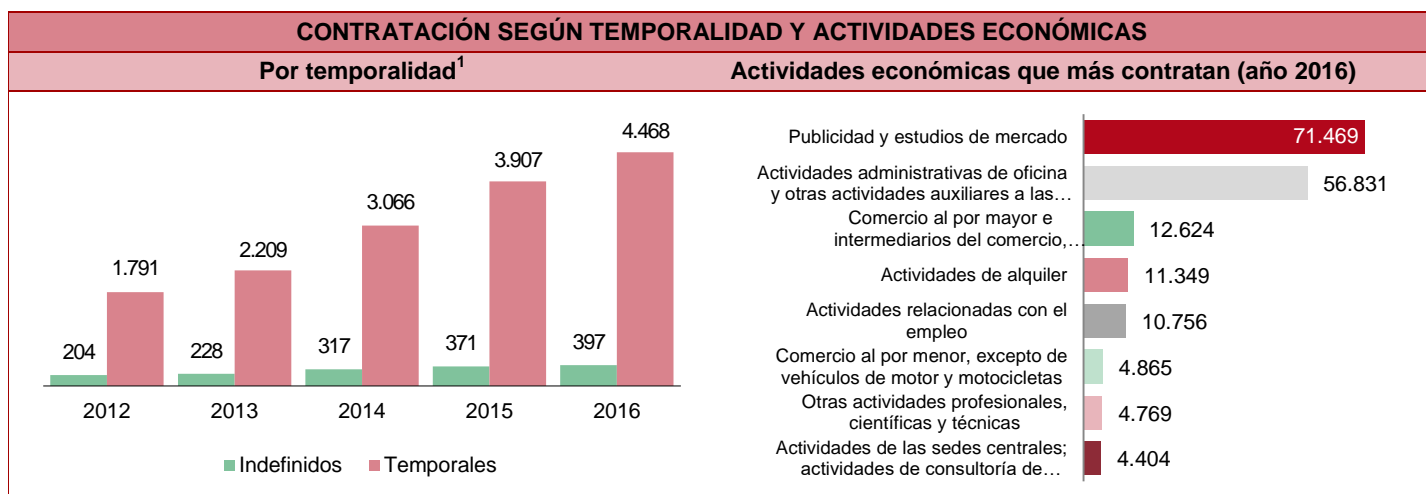
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	30,22	35,49	56,14
Mujeres	69,78	64,51	43,86
Menores de 30 años	50,75	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,67	11,96	23,39
Extranjeros	5,63	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,13	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,24	3,44	2,72
Indefinidos	8,16	15,37	8,58
Temporales	91,84	84,63	91,42
Rotación	1,68	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro existente en la ocupación dentro de la actividad del comercio minorista así como el total, en general, aumentan ligeramente de 2011 a 2012 donde alcanza el máximo, para después comenzar a decrecer de forma lenta y continuada. Los contratos aumentan progresivamente desde 2011, que se tienen datos, con un ascenso más importante en 2012 en la ocupación, mientras que se produce un ligero descenso del nivel en el sector de comercio minorista en ese año. Esta tendencia favorable del mercado laboral se ve ratificada por los datos de descenso de paro interanual en 2016 del 10,64 % y el aumento de los contratos del 5,79 % respecto al año anterior.
- La ocupación en el comercio minorista tiene una presencia mayoritariamente femenina, en concreto el 97,12 % de la tasa de paro en el comercio minorista y el 69,78 % en la tasa de contratación y con tendencia a aumentar.
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en febrero y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta en enero, febrero, septiembre y octubre, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en noviembre y en marzo, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son febrero, julio, agosto, enero y noviembre.
- La media de edad de los contratados en esta ocupación dentro del comercio minorista es joven, ya que la tasa de menores de 30 es del 51,37 %, similar a la del conjunto del sector y superior a la nacional, del 34 %, aunque se observa un crecimiento en el tramo entre 36-50. La proporción de contratos a extranjeros es poco representativa.
- La contratación temporal en el sector es mucho mayor que la contratación indefinida, (84,63 % frente al 15,37 %), en consonancia con la ocupación en general y con el total nacional entorno al 91 % y con tendencia a aumentar.
- El peso de la experiencia es importante dado el bajo nivel de parados de primer empleo. El desempleo de larga duración es elevado, un 45,93 %, en consonancia con la media del sector y el total nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

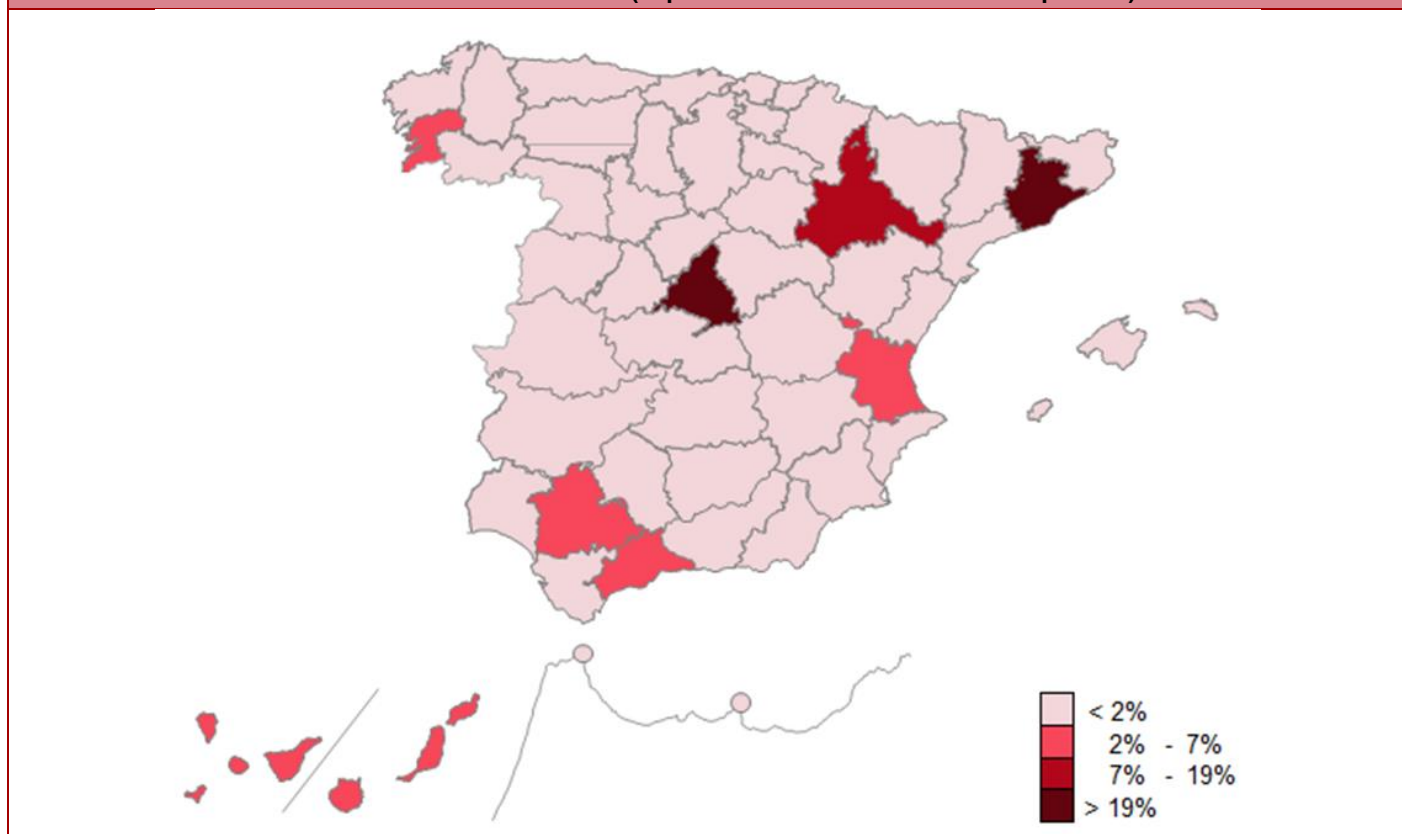
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	25	-10,71	10	-56,52	Coruña, A	78	2,63	87	42,62	Ourense	7	-12,50	7	40,00
Alicante/Alacant	170	-15,00	79	102,56	Cuenca	1	-66,67	0	0,00	Palencia	8	0,00	13	116,67
Almería	15	0,00	10	0,00	Gipuzkoa	35	29,63	33	22,22	Palmas, Las	761	-14,21	121	11,01
Araba/Álava	13	0,00	22	-12,00	Girona	17	6,25	32	-30,43	Pontevedra	77	-14,44	106	140,91
Asturias	183	-1,08	41	-31,67	Granada	86	-12,24	21	-30,00	Rioja, La	4	-55,56	1	0,00
Ávila	3	-25,00	3	0,00	Guadalajara	4	-42,86	2	0,00	Salamanca	9	-30,77	6	500,00
Badajoz	41	-6,82	23	0,00	Huelva	71	-10,13	13	18,18	Santa Cruz de Tenerife	574	-9,89	177	-6,84
Balears, Illes	49	-2,00	58	-27,50	Huesca	1	0,00	6	-14,29	Segovia	4	33,33	2	-80,00
Barcelona	107	-12,30	962	7,13	Jaén	50	-10,71	60	-16,67	Sevilla	384	-13,71	170	50,44
Bizkaia	80	-2,44	64	-57,05	León	18	-5,26	20	-39,39	Soria	3	-25,00	2	-60,00
Burgos	14	-12,50	36	200,00	Lleida	2	-60,00	26	420,00	Tarragona	14	-12,50	39	44,44
Cáceres	9	-40,00	10	25,00	Lugo	8	300,00	10	-33,33	Teruel	4	0,00	1	0,00
Cádiz	438	-4,99	16	6,67	Madrid	281	-11,08	1.575	11,54	Toledo	36	12,50	44	91,30
Cantabria	17	-19,05	54	86,21	Málaga	198	-10,00	208	37,75	Valencia/València	183	-14,88	98	68,97
Castellón/Castelló	22	-31,25	7	40,00	Melilla	0	-100,00	0	0,00	Valladolid	59	-3,28	91	85,71
Ceuta	0	-100,00	0	0,00	Murcia	123	-10,22	75	114,29	Zamora	3	-40,00	4	100,00
Ciudad Real	30	7,14	5	-16,67	Navarra	19	5,56	20	-13,04	Zaragoza	51	6,25	380	23,78
Córdoba	53	-29,33	15	-11,76										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación de Promotores de ventas dentro del comercio minorista con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (32,37 %) se ubica en Madrid, seguida de Barcelona con el 19,77 %. En un segundo grupo se encuentra Zaragoza, con el 7,81 %, y entre el 7% y el 2 % están Málaga, Las Palmas, Sevilla, y Valencia. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 19,73 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). La provincia con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras es Madrid, seguida de Barcelona. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Sevilla, Alicante, Valencia y Bizkaia.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- El mercado de trabajo requiere cada vez más perfiles polivalentes, con dominio de conocimiento sobre nuevas tecnologías y que sepan manejar el producto que comercializan. De hecho se constata la necesidad de innovar, avanzando en la presencia en las redes sociales, en la mayor utilización de internet para la promoción y venta, así como la importancia de fomentar el uso del comercio electrónico y de promover el marketing digital. Es importante trabajar para aumentar la visibilidad, invertir en calidad y diferenciación del producto. Las mejores perspectivas son el comercio *online* y el comercio especializado.
- Las necesidades formativas, además de los conocimientos ya expuestos, están relacionadas con el uso de las nuevas técnicas y formas de escaparatismo, la mejora de las técnicas de atención y trato al cliente, el avance en los procesos de internalización y el comercio transfronterizo.
- La experiencia es un requisito importante, de hecho las empresas y expertos entrevistados señalan que es una profesión en cierto grado difícil de cubrir por falta de experiencia de los candidatos y también por el rechazo a las condiciones de trabajo.
- En lo concerniente a la formación, las empresas y expertos manifiestan la necesidad de formar técnicos de ventas y de atención al público, con conocimientos en nuevas tecnologías, digitalización y señalan asimismo la necesidad de formación dual teórico-práctica y en las propias empresas, así como la importancia de sentar las bases de un buen itinerario formativo y acreditado. Se pone de manifiesto la necesidad de que los certificados de profesionalidad sean revisados y completados con contenidos en técnicas de venta.
- En relación con la formación transversal, los expertos consideran necesaria la formación en idiomas, sobre todo, inglés, así como en las nuevas tecnologías, como se ha señalado anteriormente.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Gestión comercial de ventas COMT0411](#)

[Actividades de venta COMV0108](#)

[Actividades de gestión del pequeño comercio COMT0112](#)

[Atención al cliente, consumidor o usuario COMT0110](#)

CNO 5500 CAJEROS Y TAQUILLEROS (EXCEPTO BANCOS)

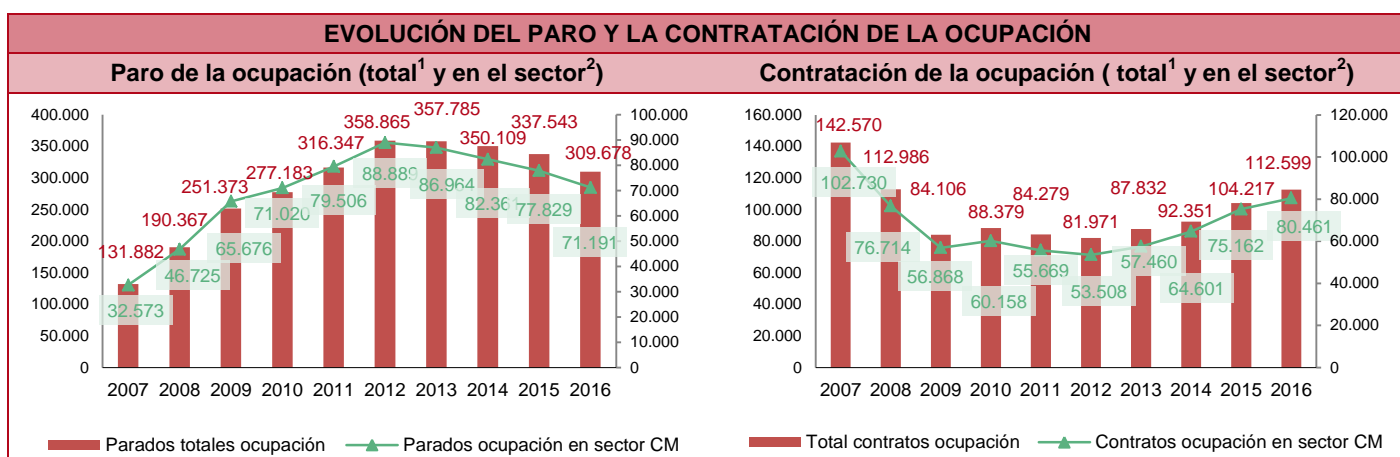
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Cajeros de comercio

Estos trabajadores manejan cajas registradoras, escáneres de lectura de precios, ordenadores u otros equipos para registrar y aceptar los pagos por la venta de bienes y servicios o la entrada en lugares como tiendas, restaurantes y establecimientos de venta de billetes.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 309.678 personas inscritas, lo que supone un descenso del 8,26 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	7,12	26,53	44,35
Mujeres	92,88	73,47	55,65
Menores de 30 años	22,38	18,07	16,90
Mayores de 45 años	26,64	40,81	48,44
Extranjeros	4,69	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,40	2,68	3,87
Parados de larga duración	44,12	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	41,16	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

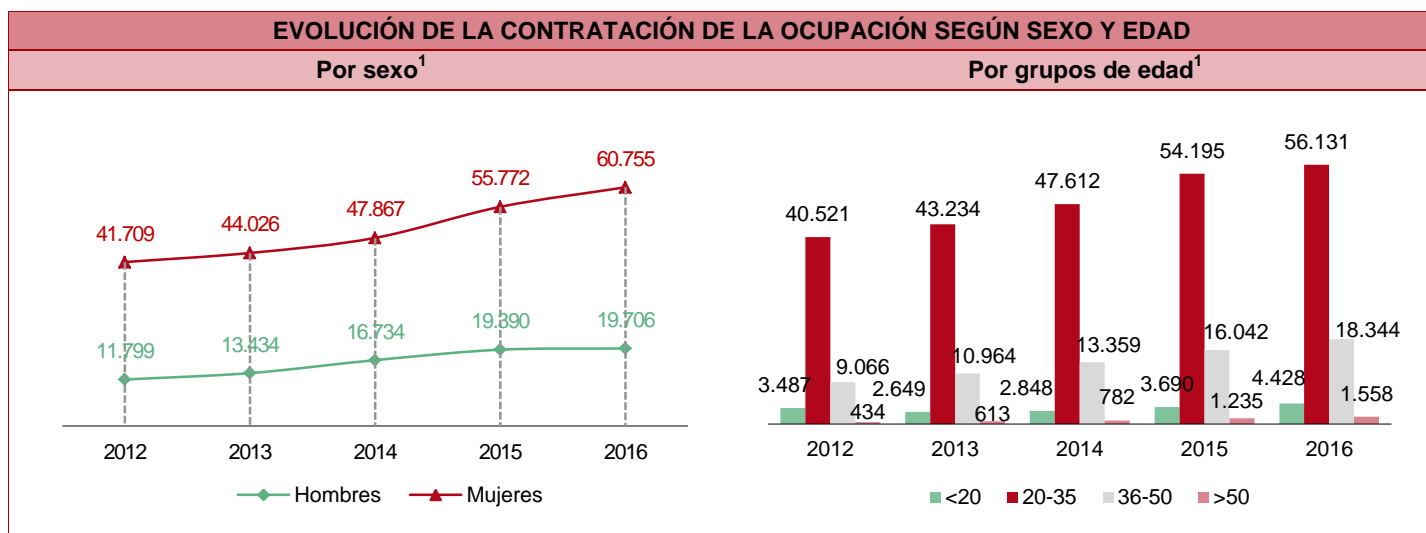
A lo largo de 2016 se registraron 112.599 contratos, lo que representa un aumento del 8,04 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	24,49	35,49	56,14
Mujeres	75,51	64,51	43,86
Menores de 30 años	57,05	51,37	34,54
Mayores de 45 años	6,89	11,96	23,39
Extranjeros	5,36	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,26	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,61	3,44	2,72
Indefinidos	13,62	15,37	8,58
Temporales	86,38	84,63	91,42
Rotación	1,49	1,68	2,83

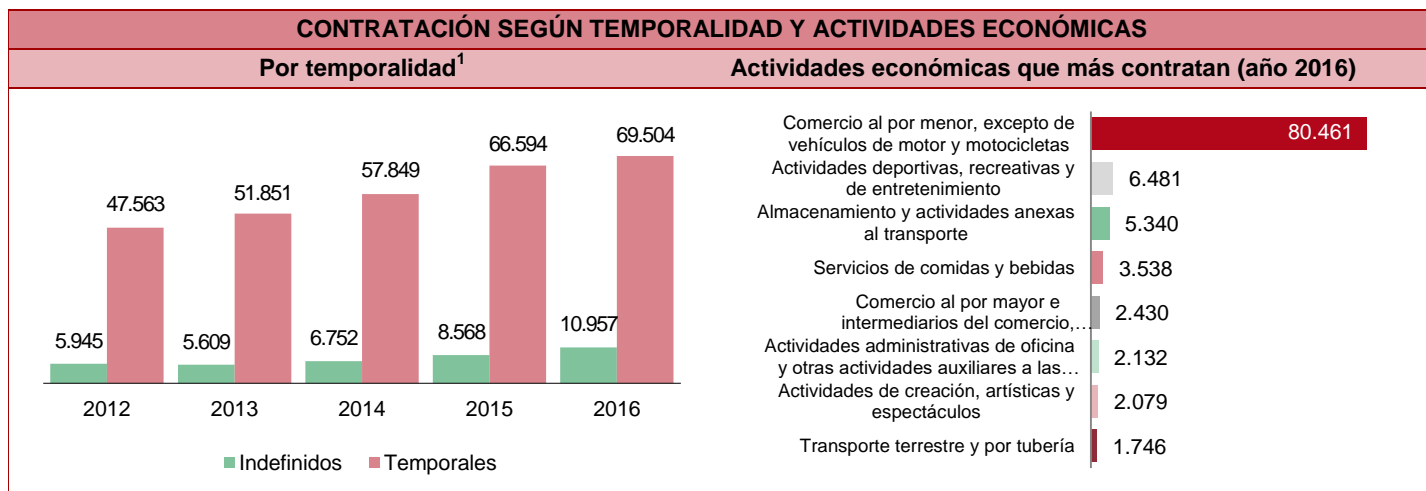
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro en el conjunto de esta ocupación, al igual que en el sector del comercio minorista, experimenta un alza continuada alcanzando el punto álgido en 2012, para iniciar un decrecimiento lento y progresivo, más acusado en la actividad que nos ocupa. Correlativamente el nivel de contratación experimenta un descenso equivalente, iniciando la recuperación en 2013, hasta alcanzar en 2016 niveles próximos a 2008. Así, el paro en 2016 desciende un 8,53 % y la contratación aumenta el 7,05 % respecto a 2015.
- Prima la presencia femenina de forma muy acusada, superando el 75 % de la contratación de la ocupación, el 64 % en las tasas de contratación en el sector del comercio minorista, superiores al total nacional que constituye el 43,86 %, superando el 90 % en la tasa de paro en la ocupación y el 73 % en el sector. La tendencia en la contratación es hacia un aumento de mujeres respecto a los hombres, agrandando las distancias entre ellos.
- A lo largo de 2016, el paro fluctúa ligeramente, con un máximo en febrero y un mínimo en agosto. Mensualmente aumenta los meses de enero, febrero, septiembre y octubre. Respecto a los mismos meses del año anterior, desciende, en porcentajes que oscilan entre el 6,44 % de enero hasta el 8,53 % de diciembre.
- Más de la mitad de los contratados en 2016 son menores de 30 años, mientras que los mayores de 45 representan en la ocupación, el 6,89 %, y constituyen un 26,64 % de los parados, bastante inferior que la tasa de paro en el sector que representa un 40 %, y un 48 % en el total nacional. Asimismo, el grupo de edad comprendido entre los 20 a 35 años representa alrededor del 75 % en 2016.
- Esta ocupación se caracteriza por la temporalidad en la contratación, con una tasa superior al 86 %, cercana a la del sector del comercio minorista del 84,63 %, llegando en el total nacional al 91,42 %.
- Existe una tasa del 45,93 % de parados de larga duración en el sector del comercio minorista, bastante significativa y similar a la de la ocupación en general y al total nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

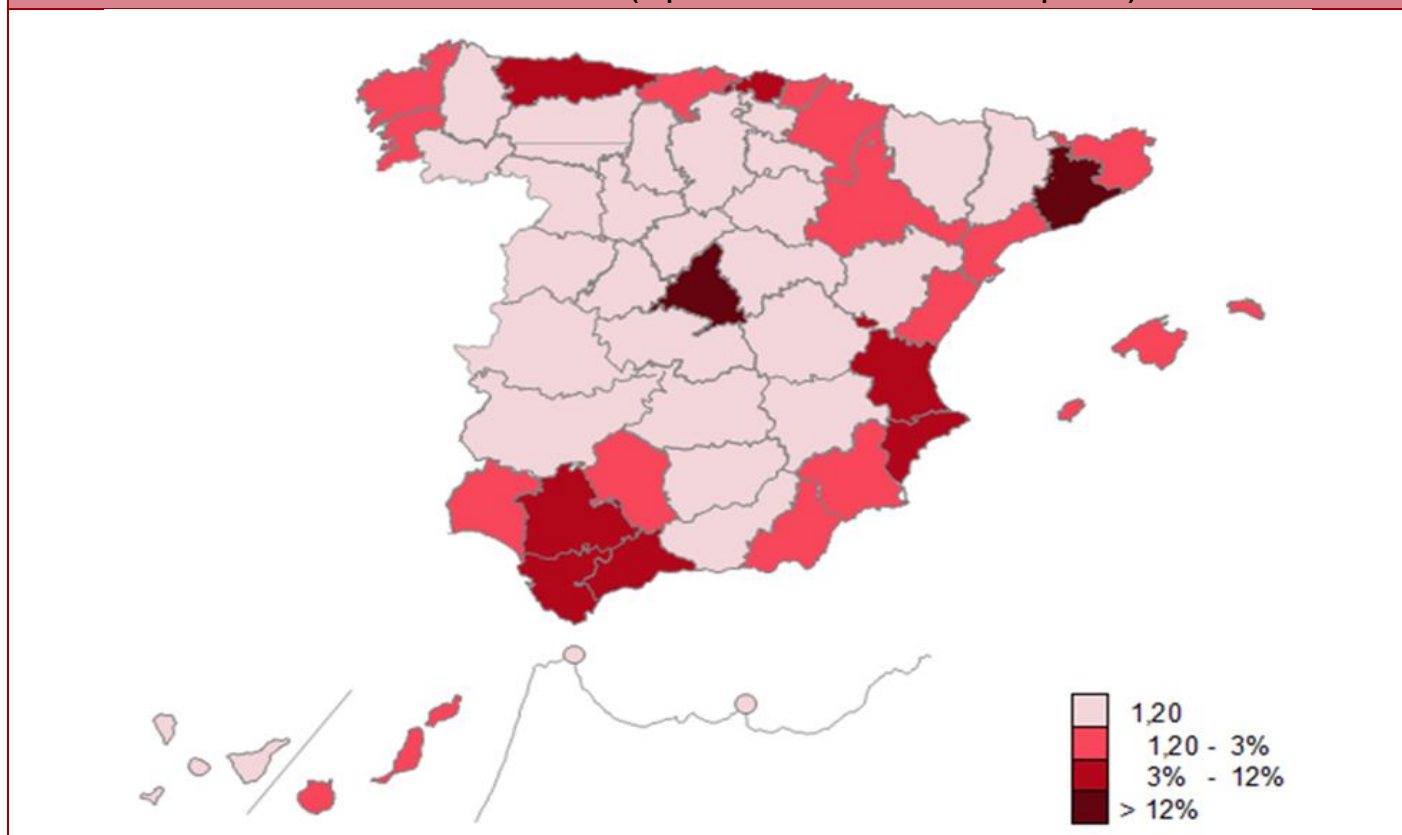
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	560	-7,89	500	16,82	Coruña, A	2.070	-4,83	1.811	18,91	Ourense	388	-5,60	254	-4,87
Alicante/Alacant	4.014	-8,50	3.515	12,91	Cuenca	172	-22,87	117	24,47	Palencia	233	-11,74	399	0,50
Almería	700	-7,65	1.037	26,62	Gipuzkoa	748	-7,77	1.907	2,75	Palmas, Las	3.346	-6,09	1.156	4,05
Araba/Álava	396	-7,48	849	40,10	Girona	1.042	-8,76	1.953	-0,81	Pontevedra	1.647	-12,16	1.264	7,30
Asturias	1.904	-10,74	2.743	28,54	Granada	1.007	-16,15	962	9,44	Rioja, La	299	-11,80	426	-8,58
Ávila	196	-11,71	144	0,70	Guadalajara	273	-8,70	178	15,58	Salamanca	555	-6,09	722	3,14
Badajoz	898	-2,39	777	-0,38	Huelva	670	-9,46	1.075	9,14	Santa Cruz de Tenerife	2.950	-3,75	800	-3,73
Balears, Illes	1.341	-17,17	1.556	13,66	Huesca	181	-16,20	304	8,57	Segovia	152	-3,80	84	-10,64
Barcelona	4.969	-12,10	10.403	6,17	Jaén	758	-4,53	742	11,75	Sevilla	3.936	-7,89	3.313	-1,34
Bizkaia	1.725	-1,99	2.606	4,91	León	742	-9,51	960	13,88	Soria	75	-18,48	152	12,59
Burgos	394	-15,45	469	10,61	Lleida	330	-11,76	574	24,78	Tarragona	1.262	-8,68	1.694	-5,10
Cáceres	408	-0,49	434	18,26	Lugo	418	-7,32	530	17,78	Teruel	73	-3,95	118	-16,90
Cádiz	4.062	-4,13	2.846	-2,47	Madrid	9.296	-12,20	10.666	5,08	Toledo	1.280	-4,12	736	8,55
Cantabria	872	-12,71	1.237	7,01	Málaga	2.882	-8,36	3.520	-7,30	Valencia/València	3.763	-9,22	5.598	18,23
Castellón/Castelló	904	-5,54	1.203	6,08	Melilla	67	0,00	107	-6,14	Valladolid	735	-6,01	704	-0,56
Ceuta	148	4,23	152	3,40	Murcia	2.170	-8,36	2.290	19,33	Zamora	205	-9,29	226	26,97
Ciudad Real	836	-0,48	296	-10,84	Navarra	744	-6,88	1.069	-2,91	Zaragoza	1.195	-7,36	2.109	6,68
Córdoba	1.200	-0,83	1.173	13,77										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación cajeros y taquilleros con respecto al total nacional; el mayor porcentaje 13,26 % se concentra en Madrid, seguida de Barcelona con el 12,93 %. En un segundo grupo, se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 3 % y el 12 %, entre las que destacan Valencia, Málaga, Alicante, Sevilla, Asturias, Cádiz. El resto de provincias no alcanza ninguna el 3 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 5,67 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Barcelona, Madrid, Girona. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Toledo, Jaén, Ciudad Real y Cádiz, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Según constatan las empresas consultadas, se prevé un ligero aumento en el volumen de contratación, y asimismo esta ocupación puede presentar una leve dificultad para ser cubierta, sobre todo, por la falta de experiencia y por el rechazo a las condiciones laborales.
- Respecto a las necesidades formativas en competencias técnicas y profesionales se pueden señalar: la atención al público, los aspectos operativos de medios de pago, el conocimiento en escáner de lectura de precios, verificación de mercancías, control de informes de cambio de precios, arqueo operaciones realizadas en caja.

Las mayores carencias formativas que las empresas detectan para esta ocupación son las relacionadas con el comercio electrónico, con los conocimientos en terminales de venta electrónicas, las formas novedosas de pago, así como el pago a través del móvil y la firma y factura electrónica.

- Se considera también importante como formación transversal los idiomas de cara al turismo, especialmente el inglés a nivel de usuario básico, y la formación, en general en nuevas tecnologías.
- Un aspecto relevante en cuanto al perfil de la ocupación, tiene que ver con la actitud ante el trabajo. En este tipo de oferta de empleo se insiste en la importancia de la responsabilidad y orientación al cliente. También en estos empleos se buscan actitudes en los candidatos de flexibilidad funcional, trabajo en equipo, comunicación, planificación, organización, confianza en sí mismo, aprendizaje continuo, don de gentes, dinámico, activo y polivalente, entre otras.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Atención al cliente, consumidor o usuario COMT0110](#)

[Actividades auxiliares de comercio COMT0211](#)

[Gestión comercial de ventas COMT0411](#)

[Actividades de venta COMV0108](#)

CNO 7701 MATARIFES Y TRABAJADORES DE LAS INDUSTRIAS CÁRNICAS

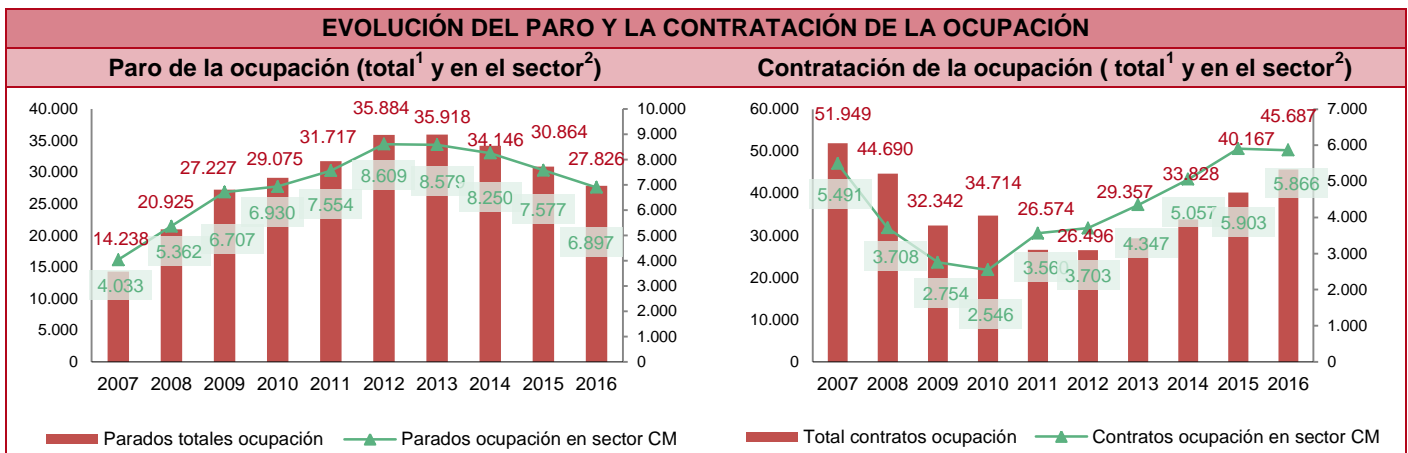
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Carniceros para la venta en comercio.

Los matarifes y trabajadores de las industrias cárnicas sacrifican reses, limpian, cortan y elaboran diversos productos a base de carne, retiran los huesos y preparan productos de alimentación afines o conservan la carne y otros alimentos y productos alimenticios secándolos, salándolos o ahumándolos.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 27.826 personas inscritas, lo que supone un descenso del 9,84 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	39,44	26,53	44,35
Mujeres	60,56	73,47	55,65
Menores de 30 años	7,22	18,07	16,90
Mayores de 45 años	52,10	40,81	48,44
Extranjeros	7,09	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,96	2,68	3,87
Parados de larga duración	42,80	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	51,94	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

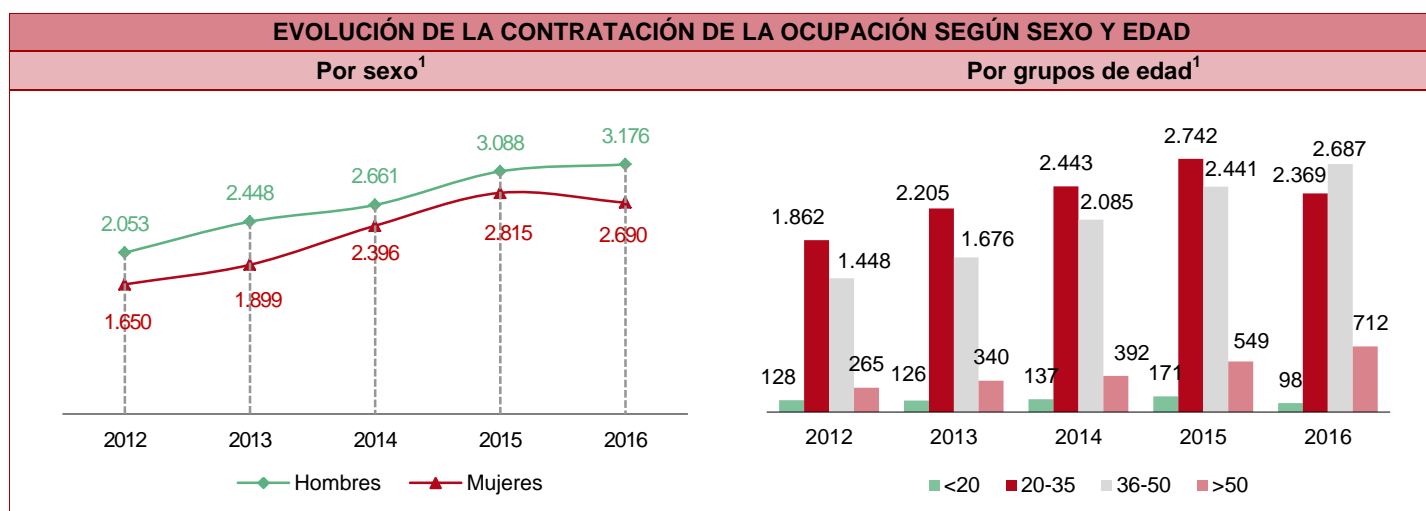
A lo largo de 2016 se registraron 45.687 contratos, lo que representa un aumento del 13,74 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	54,14	35,49	56,14
Mujeres	45,86	64,51	43,86
Menores de 30 años	25,18	51,37	34,54
Mayores de 45 años	28,21	11,96	23,39
Extranjeros	7,86	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,95	0,92	1,34
Parados de larga duración	5,46	3,44	2,72
Indefinidos	13,69	15,37	8,58
Temporales	86,31	84,63	91,42
Rotación	1,26	1,68	2,83

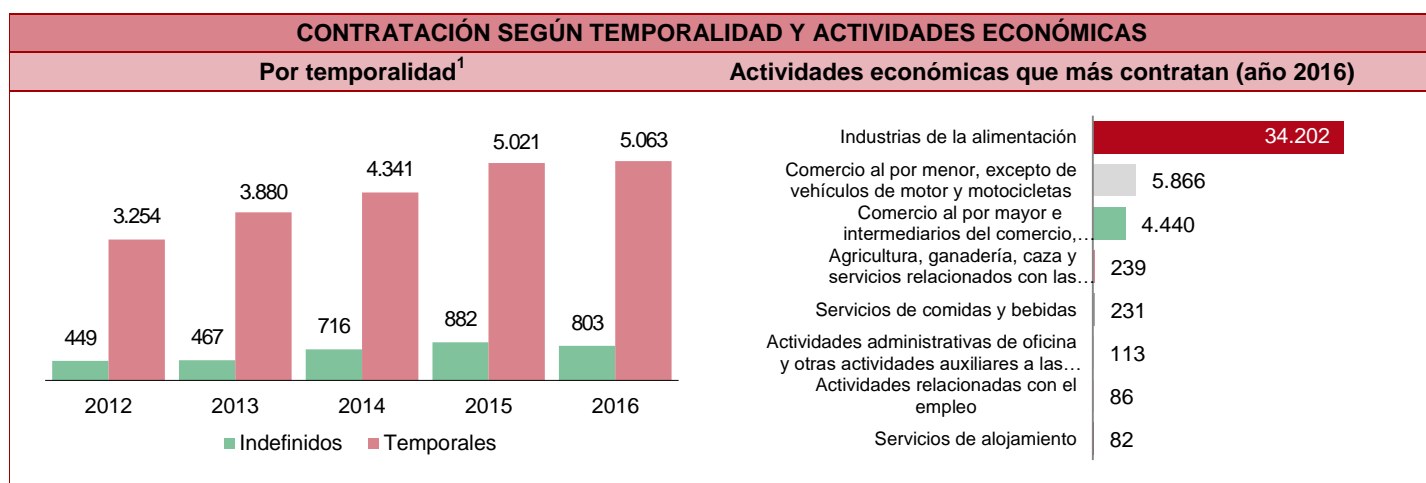
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro en la ocupación dentro del sector del comercio minorista así como en la ocupación en general aumentan desde 2007 hasta 2013, iniciando a partir de 2014 un descenso lento y continuado. Correlativamente, la contratación de esta ocupación dentro del comercio minorista experimenta un descenso hasta 2010, comenzando la recuperación, que se ralentiza entre 2011 y 2012, continuando con la tendencia alcista y experimentando una ligera bajada en 2016. En la ocupación en general, se mantiene el crecimiento. El paro desciende interanualmente un 9,84 % en diciembre de 2016 y los contratos aumentan en el conjunto de la ocupación (13,74%), pero descienden ligeramente en el sector (0,63 %) rompiendo la expansión ligada al aumento interanual de los años anteriores (16,73 % en 2015).
- Hay mayor presencia de hombres en la contratación de esta ocupación, en sintonía con el total nacional (54 %-56 %), aunque la diferencia es poco significativa, lo cual contrasta con la media de contratos del sector y con el número de personas desempleadas, donde hay más mujeres.
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en febrero y un mínimo en diciembre. Mensualmente, aumenta en enero, septiembre y octubre, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses del 6 al 10 %. En correlación, la contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en diciembre y enero, respectivamente. Hay siete meses de descenso interanual respecto de 2015. No hay que perder de vista que este año supone un estancamiento en la tendencia alcista de años anteriores.
- Los menores de 30 años constituyen el 51% de los contratados en el sector del comercio minorista en 2016, por encima de los contratados en el conjunto de la ocupación y del total nacional. Además el índice de desempleados menores de 30 años es mucho menor que el de los mayores de 45 años, con una tasa de paro del 40 % al 50 %.
- Existe una tasa muy alta de temporalidad en la ocupación (86,31 %) en consonancia con la del sector de comercio minorista (84,63 %) y el total nacional (91,42 %). Esta tendencia ha venido aumentando desde 2012.
- El peso de la experiencia es importante dado el bajo nivel de parados de primer empleo. El desempleo de larga duración no es desdeñable, aunque muy ligeramente inferior a la media del sector y al total nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

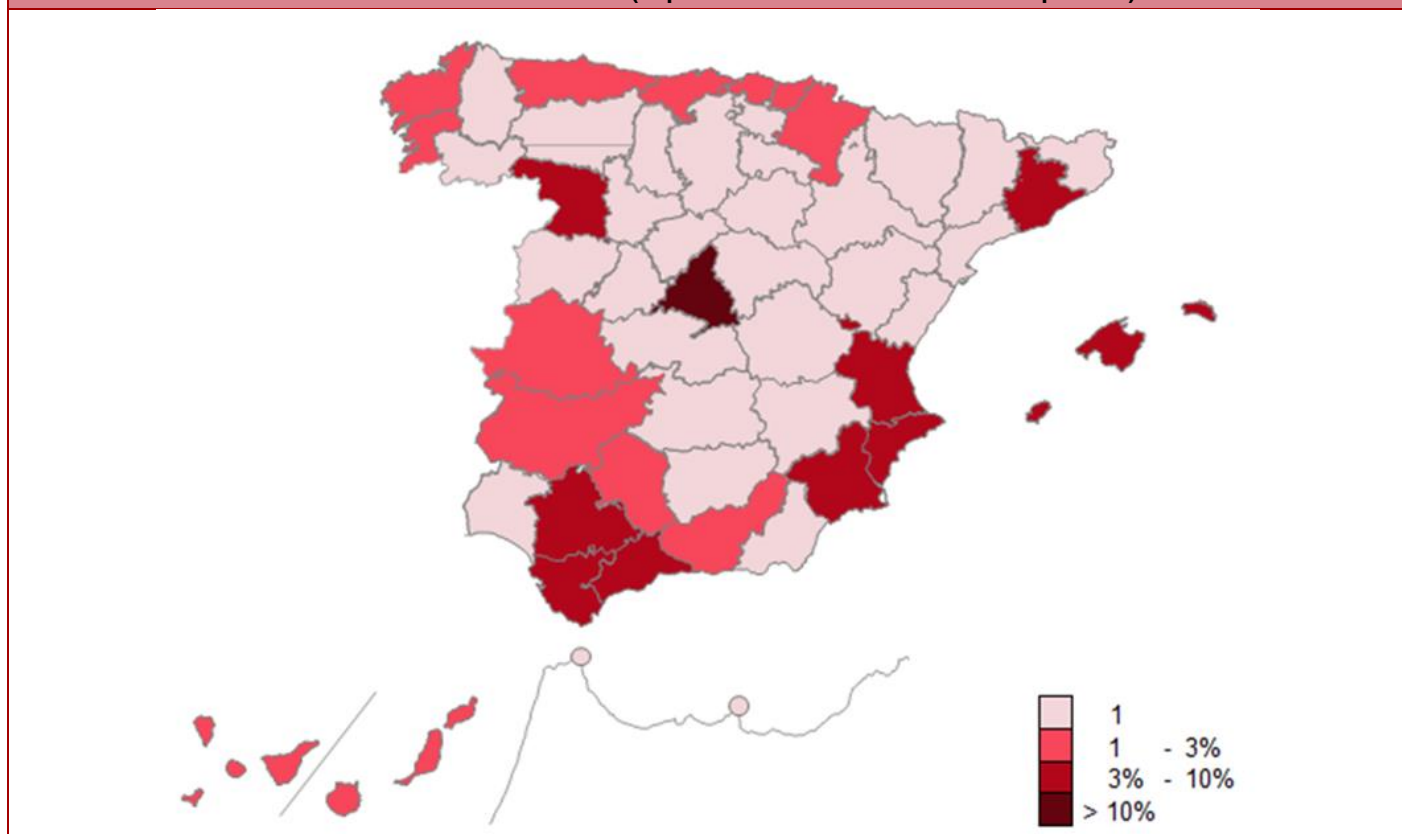
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	65	-16,67	55	30,95	Coruña, A	261	-0,38	116	-18,31	Ourense	51	8,51	42	5,00
Alicante/Alacant	395	-6,62	310	-5,78	Cuenca	12	-20,00	10	-33,33	Palencia	13	-27,78	15	7,14
Almería	87	-8,42	61	-12,86	Gipuzkoa	59	15,69	116	-11,45	Palmas, Las	314	-6,27	155	2,65
Araba/Álava	33	13,79	33	-17,50	Girona	134	-0,74	68	13,33	Pontevedra	250	-4,58	102	-1,92
Asturias	245	-14,93	99	16,47	Granada	84	-12,50	144	-5,26	Rioja, La	13	8,33	9	-43,75
Ávila	27	-10,00	9	-67,86	Guadalajara	23	27,78	13	62,50	Salamanca	96	21,52	39	-31,58
Badajoz	97	11,49	138	-17,37	Huelva	77	-11,49	30	-21,05	Santa Cruz de Tenerife	263	-19,33	141	20,51
Balears, Illes	137	-24,31	229	-12,60	Huesca	23	-25,81	2	-81,82	Segovia	14	-36,36	28	3,70
Barcelona	714	-13,77	424	-0,47	Jaén	41	-25,45	49	-12,50	Sevilla	392	-16,95	232	-0,43
Bizkaia	186	-5,10	79	-26,85	León	96	17,07	53	-13,11	Soria	2	-66,67	1	0,00
Burgos	25	-28,57	24	41,18	Lleida	37	-11,90	37	5,71	Tarragona	112	-15,15	56	7,69
Cáceres	51	-3,77	109	-24,31	Lugo	27	-34,15	28	-24,32	Teruel	20	-28,57	2	0,00
Cádiz	291	6,20	316	-7,06	Madrid	428	-11,93	634	6,38	Toledo	75	-19,35	51	-17,74
Cantabria	99	-20,16	88	-6,38	Málaga	318	-4,50	341	7,57	Valencia/València	425	-4,06	460	-1,29
Castellón/Castelló	77	-15,38	54	-30,77	Melilla	11	-21,43	35	-2,78	Valladolid	54	-6,90	59	43,90
Ceuta	16	-30,43	12	-20,00	Murcia	218	-7,23	264	28,78	Zamora	22	-29,03	186	113,79
Ciudad Real	62	1,64	52	20,93	Navarra	53	8,16	74	10,45	Zaragoza	137	6,20	63	40,00
Córdoba	135	-13,46	119	-10,53										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Matarifes y trabajadores de las industrias cárnicas con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (10,81 %) se concentra en Madrid. En un segundo grupo se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 3 % y el 10 %, entre las que destacan Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla, Murcia, Cádiz y Zamora. El resto de provincias no alcanza ninguna el 3 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 6,70 %, inferior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son, Cáceres, Baleares, Madrid, Navarra, Valladolid, Álava y Albacete. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Málaga, Salamanca y Toledo, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Según los datos facilitados por las empresas que han participado en el estudio, se prevé como una ocupación con tendencia a aumentar, sobre todo, a través de nuevas contrataciones. El sector gourmet tiene buenas perspectivas de futuro. Las franquicias son también una buena solución, así como los mercados municipales. Es también relevante la necesidad de invertir en calidad y diferenciación del producto, la venta de productos locales.

Asimismo las empresas y expertos del sector manifiestan que es una profesión difícil de cubrir debido, sobre todo, a la falta de formación y de experiencia y, en menor medida, por el rechazo a las condiciones laborales. Es importante que se produzca el relevo generacional, junto con la renovación y modernización del sector.

- Las necesidades formativas en competencias técnico profesionales detectadas son las referidas a las siguientes materias: corte y manejo de la carne, preparación de productos cárnicos, conocimientos básicos culinarios asociados a productos cárnicos, higiene y seguridad alimentaria, manipulación de alimentos, despique y afilado de cuchillos, conocimientos como operadores de máquinas de envasado, loncheado, picado....

Y de forma transversal es importante la formación en nuevas tecnologías, comercio *online*, técnicas de atención al cliente, técnicas de venta, prevención de riesgos laborales. También tiene cierta relevancia el conocimiento básico de idiomas, especialmente inglés.

- Las ofertas de empleo de esta ocupación se insiste en la importancia de: la responsabilidad, la seriedad, las ganas de trabajar, la resistencia al estrés, la iniciativa y el dinamismo, la orientación al cliente, la facilidad de comunicación, el trabajo en equipo, el don de gentes, la adaptabilidad y flexibilidad funcional, la buena condición física, etc.
- No surgen nuevas ocupaciones, pero se exige una mayor capacidad de autogestión de los problemas y automantenimiento y una mayor polivalencia.
- En esta ocupación es importante el número de autónomos existente y las pequeñas empresas, por lo que se considera interesante la información para emprender, ayudas a nivel económico y a nivel normativo para la creación de nuevas empresas.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Atención al cliente, consumidor o usuario COMT0110](#)

[Actividades de gestión de pequeño comercio COMT0112](#)

[Actividades auxiliares de comercio_COMT0211](#)

[Control y formación en consumo_COMT0311](#)

[Gestión comercial de ventas_COMT0411](#)

[Actividades de venta_COMV0108](#)

CNO 7703 PANADEROS, PASTELEROS Y CONFITEROS

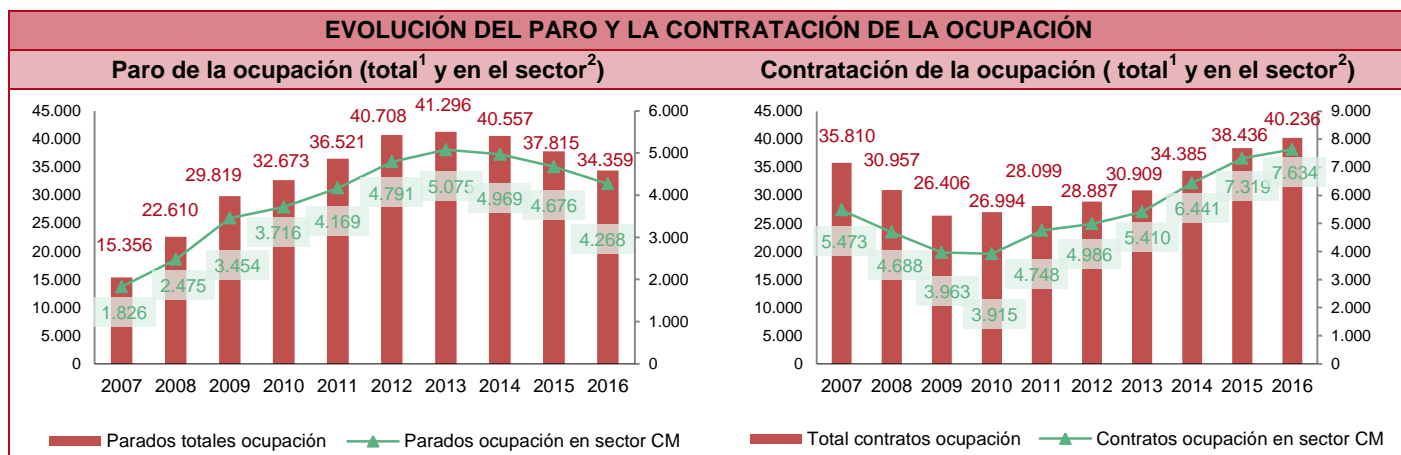
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Churreros.
- Galleteros.
- Panaderos.
- Pasteleros.

Los panaderos, pasteleros y confiteros elaboran diversas clases de pan, pasteles y otros productos a base de harina, así como chocolates y dulces.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando a través de varios indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 34.359 personas inscritas, lo que supone un descenso del 9,14 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	45,64	26,53	44,35
Mujeres	54,36	73,47	55,65
Menores de 30 años	16,03	18,07	16,90
Mayores de 45 años	42,01	40,81	48,44
Extranjeros	12,56	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,51	2,68	3,87
Parados de larga duración	43,74	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	46,63	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

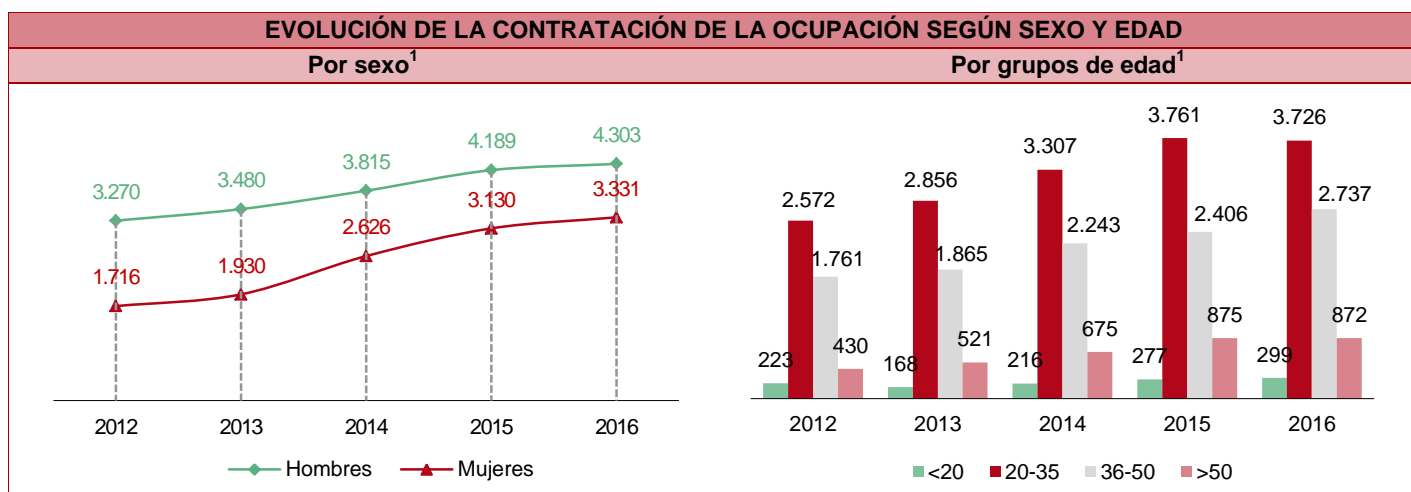
A lo largo de 2016 se registraron 40.236 contratos, lo que representa un aumento del 4,68 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	56,37	35,49	56,14
Mujeres	43,63	64,51	43,86
Menores de 30 años	36,63	51,37	34,54
Mayores de 45 años	22,57	11,96	23,39
Extranjeros	16,88	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,30	0,92	1,34
Parados de larga duración	5,17	3,44	2,72
Indefinidos	23,21	15,37	8,58
Temporales	76,79	84,63	91,42
Rotación	1,30	1,68	2,83

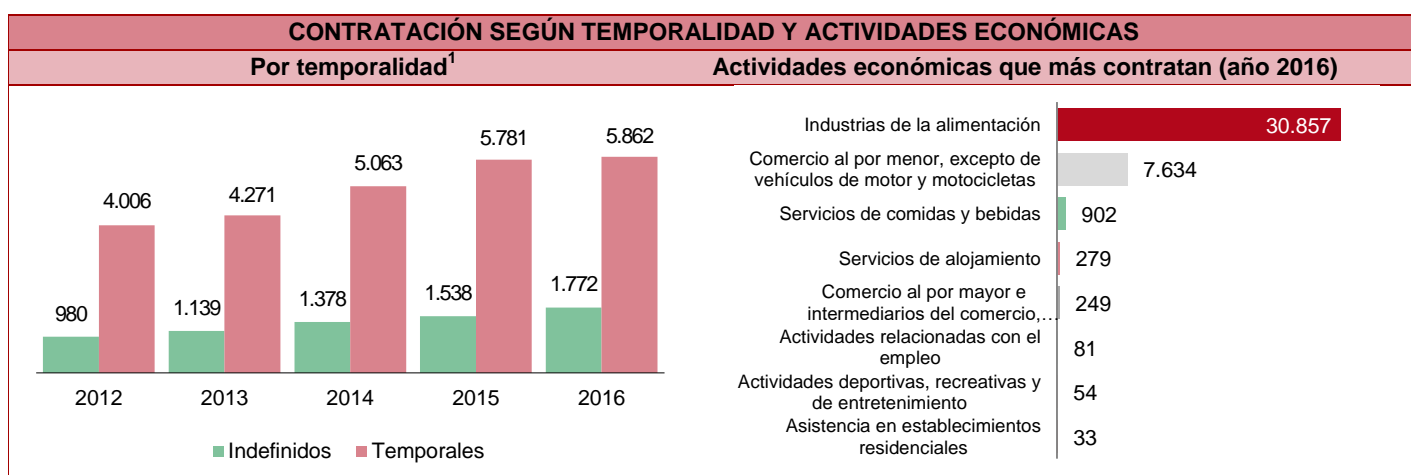
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- El paro total de esta ocupación en su conjunto, así como en la actividad, aumentan desde 2007 alcanzando un máximo en el año 2013, para después decrecer hasta alcanzar niveles cercanos a 2010. Los contratos descienden de forma paralela, iniciando una lenta recuperación a partir de 2009 en el conjunto de la ocupación y en el sector de comercio minorista a partir de 2010. El descenso interanual del paro dentro del sector del comercio minorista se sitúa en 2016 en un 8,73 %, respecto al año anterior y la contratación en la ocupación en el sector en 2016 supone un aumento del 4,30 %, muy inferior a los porcentajes interanuales de 2015 (13,63 %) y 2014 (19,06 %).
- En la ocupación en general y total nacional los hombres superan a las mujeres en casi 13 puntos porcentuales, sin embargo en lo que respecta al sector y a la tasa de desempleo la presencia femenina es mayoritaria.
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en febrero y un mínimo en agosto. Mensualmente, aumenta en enero, febrero, septiembre y octubre, y con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en diciembre y en enero, respectivamente. Los meses de mayor aumento interanual respecto de 2015 son febrero, junio, noviembre y marzo. Se producen descensos en la contratación en cinco meses, sobre todo, en enero y mayo.
- Los contratados menores de 30 años tienen una mayor presencia en esta ocupación, sobre todo en el conjunto del sector del comercio minorista (51,37 %), con menores índices de paro en ambos casos respecto a los mayores de 45 años. En correlación, la presencia de mayores de 45 supone menos de la cuarta parte de los contratos en la ocupación en general y menos del 12 % en el comercio minorista, donde hay una tasa de más del 40% de desempleados.
- La contratación indefinida supone casi una cuarta parte en la ocupación en su conjunto, 23,21 %, por encima de la del sector, 15,37 %, y del total nacional, 8,58 %. Es una ocupación con una baja tasa de estabilidad.
- Tiene un alto índice de parados de larga duración, superior al 40 % y la contratación es baja en este colectivo, oscila entre el 2,72 % en el total nacional, el 5,17 %, en el conjunto de la ocupación y el 3,44 % en el comercio minorista.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

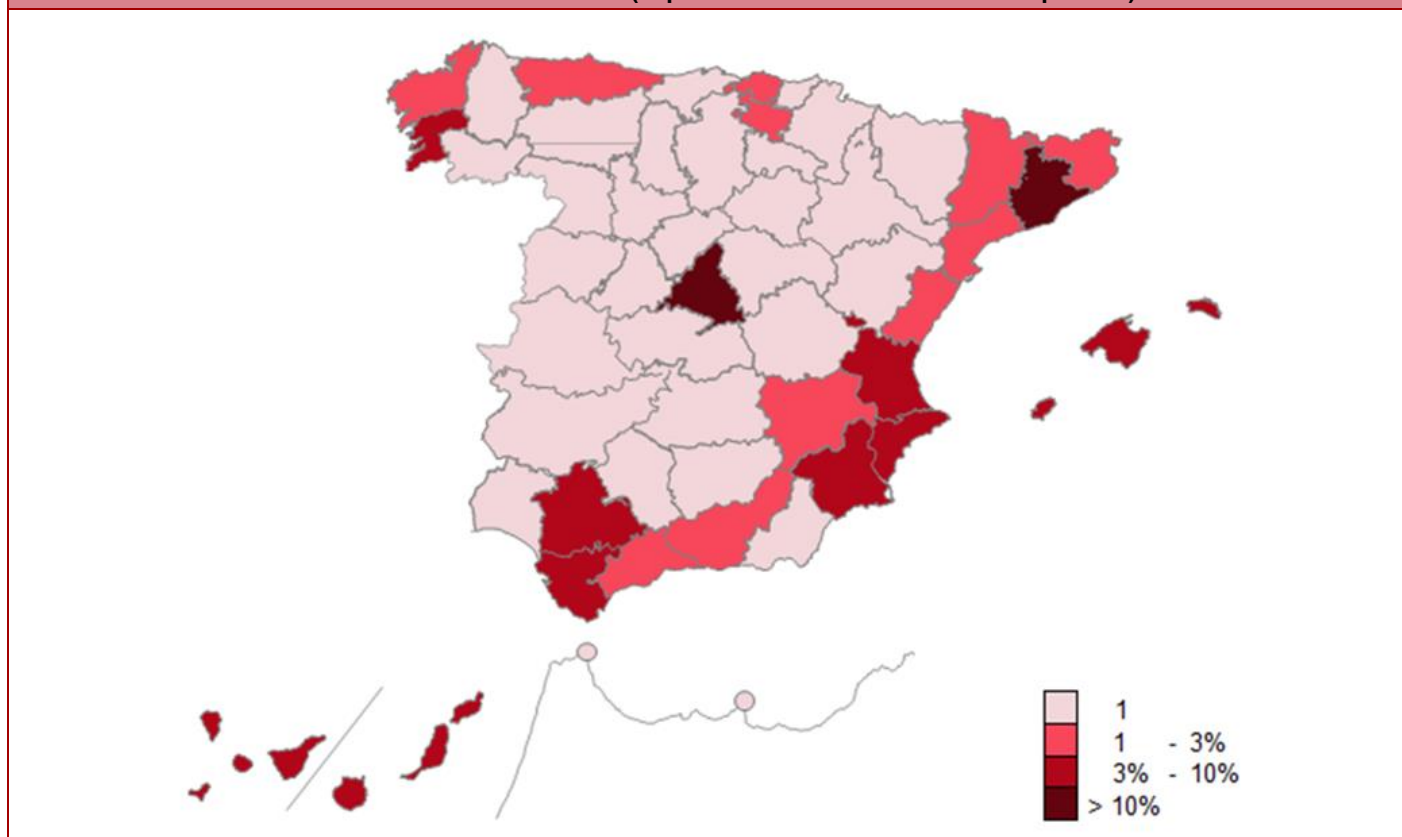
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	73	23,73	144	75,61	Coruña, A	106	-3,64	155	-3,13	Ourense	15	-31,82	26	-31,58
Alicante/Alacant	212	-12,76	314	7,53	Cuenca	21	40,00	17	6,25	Palencia	9	0,00	19	90,00
Almería	39	-13,33	66	10,00	Gipuzkoa	42	-19,23	74	-2,63	Palmas, Las	197	2,07	273	-4,88
Araba/Álava	21	-30,00	220	-45,68	Girona	62	5,08	135	35,00	Pontevedra	98	-19,01	255	50,89
Asturias	139	-18,24	113	6,60	Granada	72	-4,00	144	-14,29	Rioja, La	18	-33,33	38	100,00
Ávila	13	-7,14	11	-54,17	Guadalajara	12	9,09	33	50,00	Salamanca	31	-6,06	45	-18,18
Badajoz	51	0,00	56	-31,71	Huelva	34	-17,07	45	-16,67	Santa Cruz de Tenerife	189	2,16	293	-12,80
Balears, Illes	104	-20,61	246	10,81	Huesca	12	-42,86	27	-22,86	Segovia	5	-37,50	15	-6,25
Barcelona	438	-12,40	1.256	20,77	Jaén	31	-26,19	44	-13,73	Sevilla	190	-5,94	338	65,69
Bizkaia	103	-13,45	125	-6,72	León	30	3,45	59	-1,67	Soria	2	-60,00	5	25,00
Burgos	19	-9,52	11	-56,00	Lleida	32	-20,00	158	38,60	Tarragona	74	-22,92	136	-6,21
Cáceres	26	18,18	15	-21,05	Lugo	35	-20,45	88	-6,38	Teruel	5	-44,44	22	22,22
Cádiz	234	6,85	230	17,35	Madrid	432	-13,77	833	-9,85	Toledo	75	-5,06	55	14,58
Cantabria	43	-21,82	75	8,70	Málaga	194	-3,96	213	7,58	Valencia/València	216	-10,00	509	20,90
Castellón/Castelló	45	-16,67	107	-20,74	Melilla	5	-28,57	2	-71,43	Valladolid	44	-16,98	54	-8,47
Ceuta	7	16,67	9	-10,00	Murcia	206	2,49	265	22,69	Zamora	19	-9,52	24	0,00
Ciudad Real	49	-9,26	75	-39,02	Navarra	20	-20,00	36	-10,00	Zaragoza	70	34,62	83	20,29
Córdoba	49	-7,55	42	10,53										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación panaderos, pasteleros y confiteros, con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (16,45 %) se concentra en Barcelona, seguida de Madrid con el 10,91 %. En un segundo grupo, se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 3 % y el 10 %, entre las que destacan Valencia, Murcia, Alicante, Sevilla, Illes Balears, Cádiz, Pontevedra y Santa Cruz de Tenerife. El resto de provincias no alcanza ninguna el 3 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 6,65 %, inferior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son Barcelona, Álava y Madrid. Las provincias con saldo negativo son Toledo, Jaén, Tarragona, Pontevedra y Granada.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Según las empresas y expertos, que han participado en el estudio, esta ocupación se percibe como una de las que presenta una ligera tendencia al aumento de trabajadores, con ciertas previsiones de contrataciones.

En esta ocupación se constata cierta dificultad para ser cubierta, fundamentalmente por falta de formación y experiencia y, en menor medida por el rechazo de las condiciones laborales.

Las mejores perspectivas se prevén en el comercio *online*, el comercio especializado y diferenciación del producto. Se precisa un relevo generacional, con un perfil polivalente, con dominio de nuevas tecnologías y con conocimientos del manejo del producto que comercializa.

- Respecto a las necesidades formativas detectadas por empresas y expertos entrevistados, en relación a esta ocupación son: fabricación de productos de pastelería y panadería, higiene y seguridad alimentaria, prevención de riesgos laborales, escaparatismo, gestión de campañas y estrategias, conocimiento de cualidades nutricionales y “medicinales” de los productos, dieta mediterránea, denominaciones de origen, etiquetado e información alimentaria.
- Las necesidades formativas en competencias transversales, son además de las técnicas de ventas y atención al cliente, promoción y venta, las relacionadas con la formación en nuevas tecnologías, redes sociales, así como, aunque de escasa relevancia, el conocimiento de idiomas.
- La elaboración de productos dentro de esta ocupación requiere de unos buenos profesionales, con experiencia dadas las características de esta ocupación. Las empresas y expertos entrevistados, manifiestan la importancia de la obtención de Certificados de Profesionalidad, con el fin de acreditar esta.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Actividades Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Atención al cliente, consumidor o usuario COMT0110](#)

[Actividades de gestión de pequeño comercio COMT0112](#)

[Actividades auxiliares de comercio COMT0211](#)

[Control y formación en consumo COMT0311](#)

[Gestión comercial de ventas COMT0411](#)

[Actividades de venta COMV0108](#)

CNO 8209 MONTADORES Y ENSAMBLADORES NO CLASIFICADOS EN OTROS EPÍGRAFES

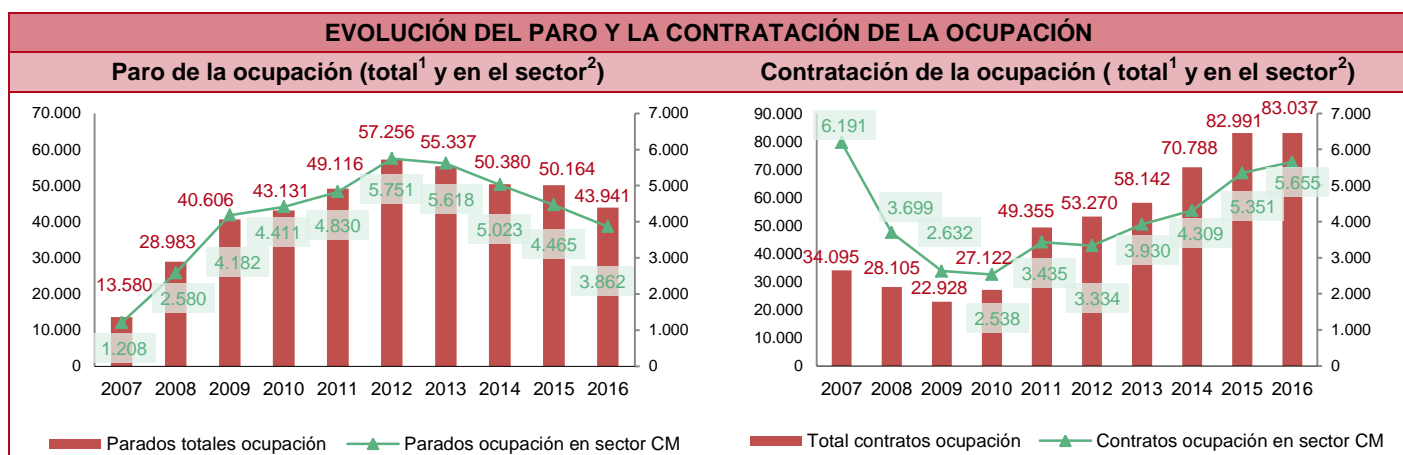
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Montadores de adornos con y para productos textiles.
- Montadores de envases y embalajes de madera y similares.
- Montadores de muebles de cocina.
- Montadores de muebles de madera o similares.
- Montadores de productos de madera y/o ebanistería, en general.
- Montadores de productos de cartón/papel.

Los montadores y ensambladores no clasificados bajo otros epígrafes ensamblan varios productos que no contienen componentes mecánicos, eléctricos ni electrónicos, de conformidad con normas y prescripciones estrictas.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 43.941 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 12,41 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	82,73	26,53	44,35
Mujeres	17,27	73,47	55,65
Menores de 30 años	12,87	18,07	16,90
Mayores de 45 años	50,41	40,81	48,44
Extranjeros	7,25	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,07	2,68	3,87
Parados de larga duración	48,83	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	48,14	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 83.037 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 0,06 %, si lo comparamos con el año anterior.

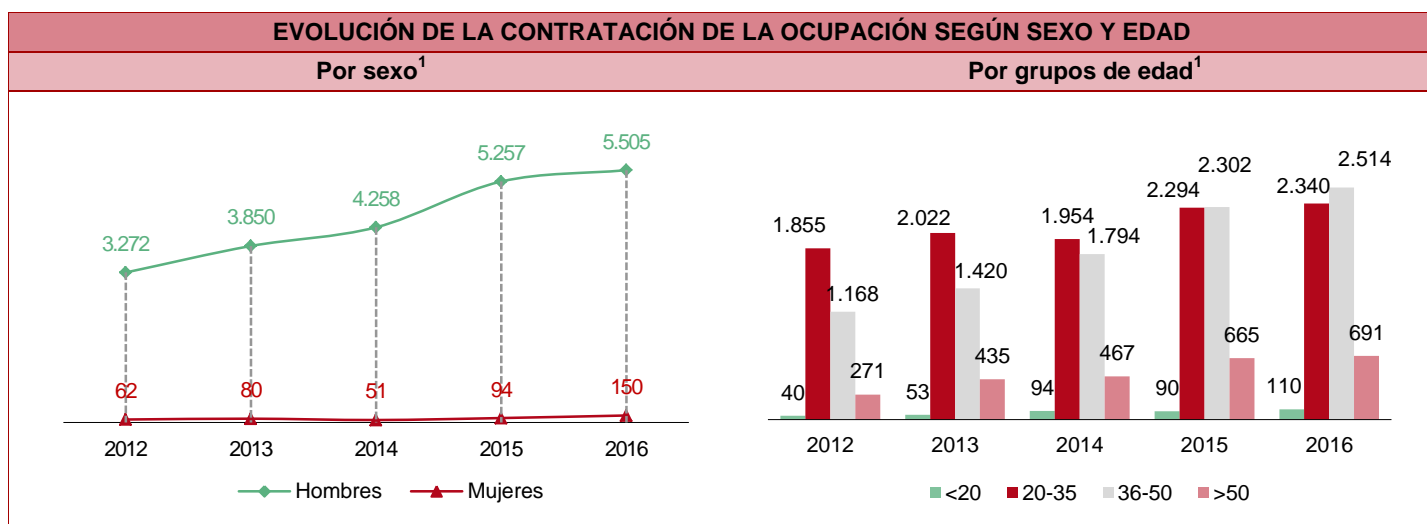
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	97,35	35,49	56,14
Mujeres	2,65	64,51	43,86
Menores de 30 años	24,97	51,37	34,54
Mayores de 45 años	26,17	11,96	23,39
Extranjeros	13,56	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,74	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,82	3,44	2,72
Indefinidos	9,50	15,37	8,58
Temporales	90,50	84,63	91,42
Rotación	1,92	1,68	2,83

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

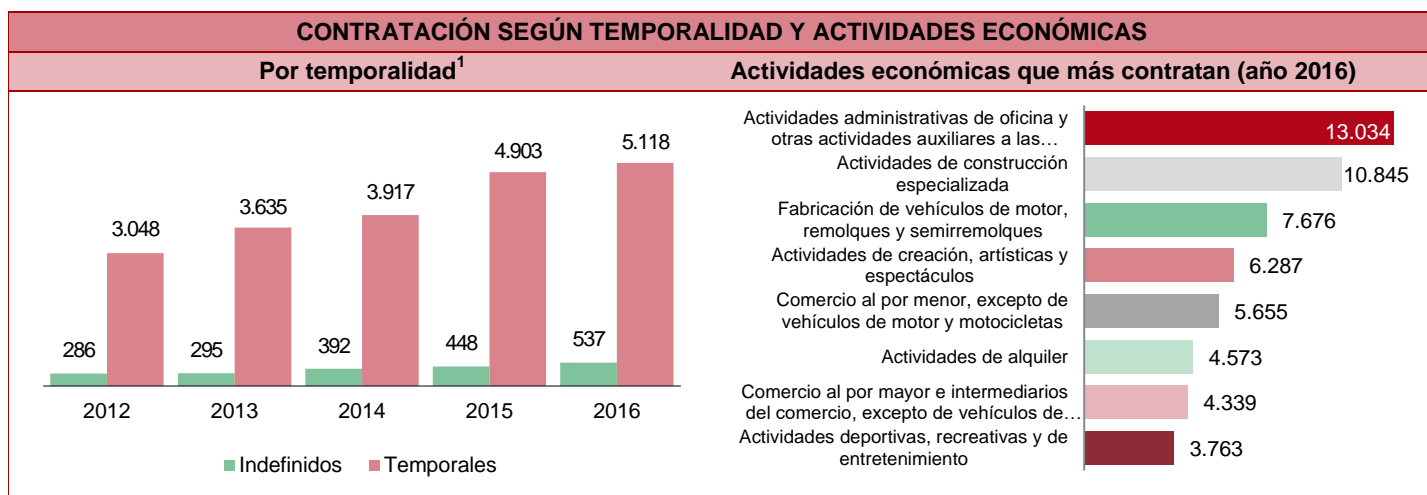
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- En los últimos diez años, el paro total de la ocupación presenta la misma evolución en el conjunto de los sectores que en el comercio minorista; el mayor nivel lo alcanzó en el 2012, año en el que comenzó a decrecer de forma continuada hasta la fecha. La contratación descendió desde 2007 hasta 2011 para remontar en los últimos seis años triplicando casi el número de contratos en el conjunto de las actividades, mientras que, en el comercio minorista, aún no ha recuperado los niveles de 2007. En variación interanual, el paro de la ocupación dentro del comercio minorista descendió un 13,51 % y, en relación inversa, los contratos aumentaron un 5,68 %.
- Comparando las tasas de la ocupación con las del sector y con las del conjunto de las ocupaciones, se constata que ésta es una ocupación mayoritariamente masculina, ya que los hombres representan el 82,73 % de los desempleados y acaparan el 97,35 % de los contratos.
- La evolución mensual del paro a lo largo del año 2016 presenta variaciones significativas, entre enero y diciembre hay una diferencia de 818 parados, registrándose el nivel más alto en enero y el más bajo en julio. Con respecto al mes anterior, en 2016 el paro aumentó de forma estacional en los meses de enero, agosto, septiembre y octubre. Con respecto a 2015, el paro descendió todos los meses una media del 16,56 %. La contratación alcanzó los valores mayor y menor en junio y en diciembre, respectivamente. Con respecto a los meses de 2015, la contratación se incrementó todos los meses exceptuando junio, julio y octubre.
- Los colectivos que tienen las mayores tasas de contratación son los mayores de 45 años (muy superior a la del sector) seguidos de los menores de 30 (muy inferior a la del sector).
- La estabilidad de la contratación en esta ocupación es muy inferior a la del comercio minorista, ya que la tasa de contratos indefinidos (9,50 %) está a más de cinco puntos de la del sector (15,37 %).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

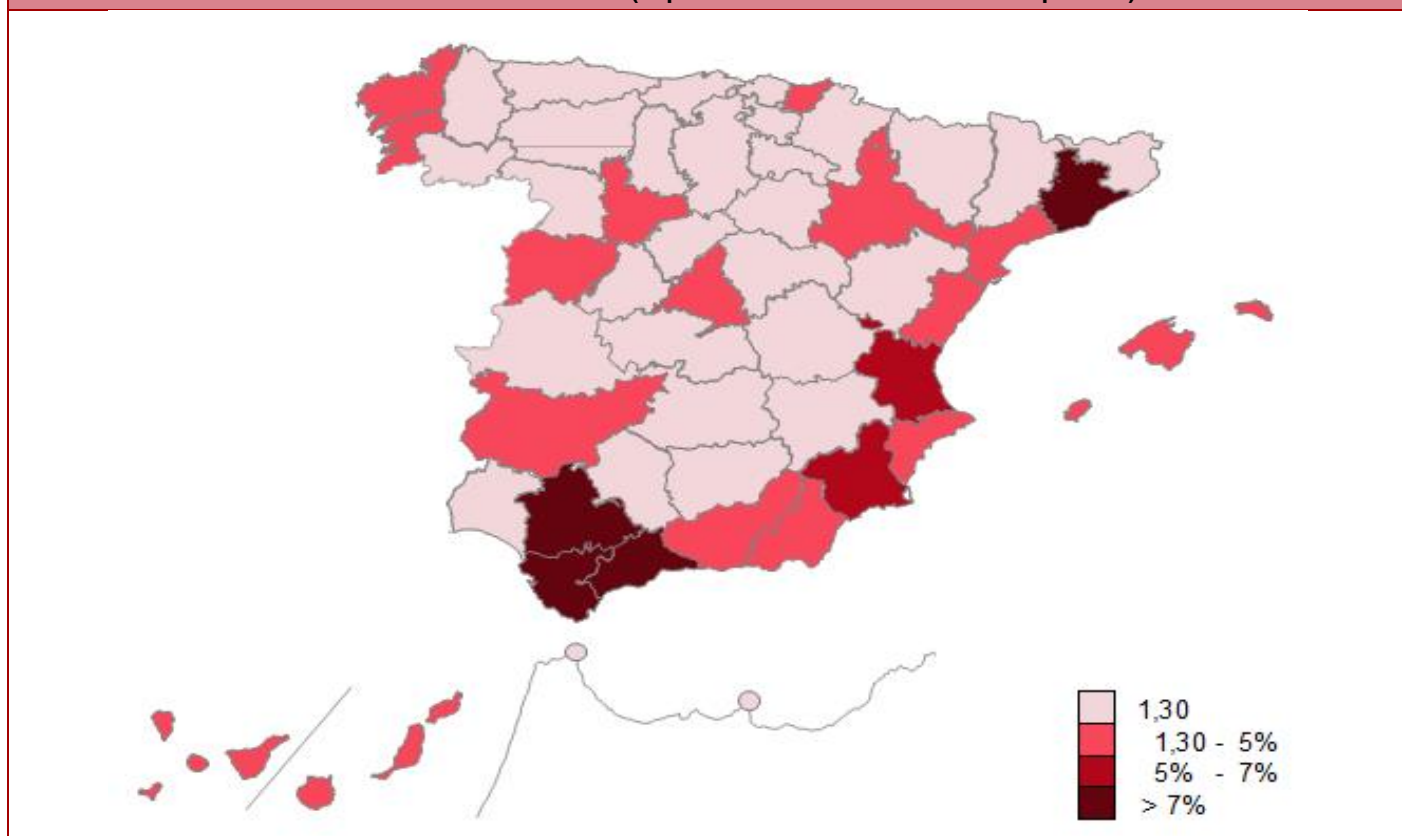
DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	17	-26,09	24	33,33	Coruña, A	93	-15,45	77	2,67	Ourense	22	-33,33	26	-38,10
Alicante/Alacant	309	-13,93	216	4,35	Cuenca	11	57,14	9	28,57	Palencia	14	-39,13	7	75,00
Almería	59	-10,61	174	62,62	Gipuzkoa	58	-1,69	122	67,12	Palmas, Las	107	-7,76	149	93,51
Araba/Álava	24	-27,27	20	-16,67	Girona	36	-28,00	68	4,62	Pontevedra	96	-9,43	154	-6,10
Asturias	58	-3,33	42	-32,26	Granada	73	-13,10	120	-9,09	Rioja, La	13	-31,58	30	66,67
Ávila	18	-10,00	4	-42,86	Guadalajara	15	50,00	11	1.000,00	Salamanca	28	-40,43	112	25,84
Badajoz	35	-18,60	88	87,23	Huelva	60	-4,76	62	-46,09	Santa Cruz de Tenerife	84	-27,59	95	-72,70
Balears, Illes	44	-27,87	79	-3,66	Huesca	7	-30,00	26	13,04	Segovia	4	-33,33	10	100,00
Barcelona	239	-26,23	417	7,47	Jaén	23	-25,81	49	19,51	Sevilla	189	-21,90	437	2,34
Bizkaia	97	-15,65	36	-56,10	León	37	-19,57	23	4,55	Soria	0	-100,00	0	-100,00
Burgos	18	5,88	64	120,69	Lleida	18	-21,74	33	-13,16	Tarragona	38	-11,63	125	10,62
Cáceres	30	-11,76	60	66,67	Lugo	15	-21,05	16	6,67	Teruel	9	-40,00	13	-69,77
Cádiz	137	-13,84	396	14,78	Madrid	309	-14,64	246	-10,87	Toledo	54	-18,18	13	-66,67
Cantabria	23	-28,13	27	-20,59	Málaga	146	-18,44	695	34,43	Valencia /València	285	-11,49	393	19,82
Castellón/Castelló	57	-25,97	124	5,08	Melilla	3	-66,67	2	-71,43	Valladolid	44	15,79	92	-5,15
Ceuta	7	-12,50	2	0,00	Murcia	98	-13,27	378	31,71	Zamora	15	-34,78	28	-33,33
Ciudad Real	21	-34,38	66	112,90	Navarra	25	-21,88	31	40,91	Zaragoza	568	12,25	95	14,46
Córdoba	72	2,86	68	-26,88										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de montadores y ensambladores no clasificados en otros epígrafes con respecto al total nacional de la misma; en el primer grupo (> 7 %) están Málaga, Sevilla y Barcelona que suman el 27,40 % de los contratos. En un segundo grupo, están las provincias cuyos porcentajes se encuentran entre el 5 % y el 7 %: Cádiz, Valencia y Murcia. En el tercer grupo (1,30 % - 5 %) están Alicante, Almería, Pontevedra, Las Palmas, Tarragona, Castellón, Gipuzkoa, Granada, Salamanca, Santa Cruz de Tenerife, Zaragoza, Valladolid, Badajoz, Baleares y A Coruña. El resto de provincias no alcanza ninguna el 1,30 % del total nacional de contratos habidos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica de esta ocupación (10,93 %) es superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) e inferior a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias que tienen saldo positivo en la movilidad (es mayor el número de contratos realizados a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras) son: Murcia, Valladolid, Cádiz, Salamanca, Almería, Girona, Valencia y Gipuzkoa entre otras. Por otro lado, están las que presentan saldo negativo (los contratos que salen son más que los que entran): Zamora, Madrid, Málaga, Granada, Barcelona, Bizkaia y Toledo principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Las perspectivas de esta ocupación son de reducción del empleo.
- Las causas por las que, a veces, no se cubren las ofertas de los montadores y ensambladores (muebles de cocina / muebles en general) son la falta de formación, la falta de experiencia y el rechazo de las condiciones laborales (jornada laboral, salario).
- Por otro lado, sería conveniente que los montadores de mobiliario de cocina y baño pudieran acreditar las competencias.
- Las necesidades formativas de la ocupación relacionadas con las **competencias técnicas** son:
 - Conocimientos de montaje.
 - Mantenimiento preventivo de equipos.
 - Manejo de nueva maquinaria y nuevas tecnologías.
 - Fundamentos de robótica.
- Las necesidades formativas de la ocupación relacionadas con las **competencias transversales** son:
 - Técnicas de venta y atención al cliente.
 - Prevención de riesgos.
 - Cuidado medioambiental.
 - Residuos.
 - Calidad.
 - Cálculo y comunicación oral y escrita: lectura, escritura de documentos cortos, escucha activa y comprensiva en la comunicación.
 - Resolución de problemas: localización de problemas o fallos, análisis de sus causas y búsqueda de soluciones.
 - Trabajo en equipo: técnicas para realizar un trabajo coordinado con otras personas con un objetivo común.
 - Personales /actitud/valores: polivalencia, iniciativa, compromiso.
 - Fundamentos en informática: hoja de cálculo, base de datos.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado superior

[Técnico Superior en Diseño y Amueblamiento](#)

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Carpintería y Mueble](#)

[Técnico en Instalación y Amueblamiento](#)

Formación profesional básica

[Título Profesional Básico en Carpintería y Mueble](#)

Certificados de profesionalidad

[Montaje de muebles y elementos de carpintería_MAMR0108](#)

[Instalación de muebles_MAMR0408](#)

[Instalación de elementos de carpintería_MAMS0108](#)

CNO 8333 OPERADORES DE CARRETILLAS ELEVADORAS

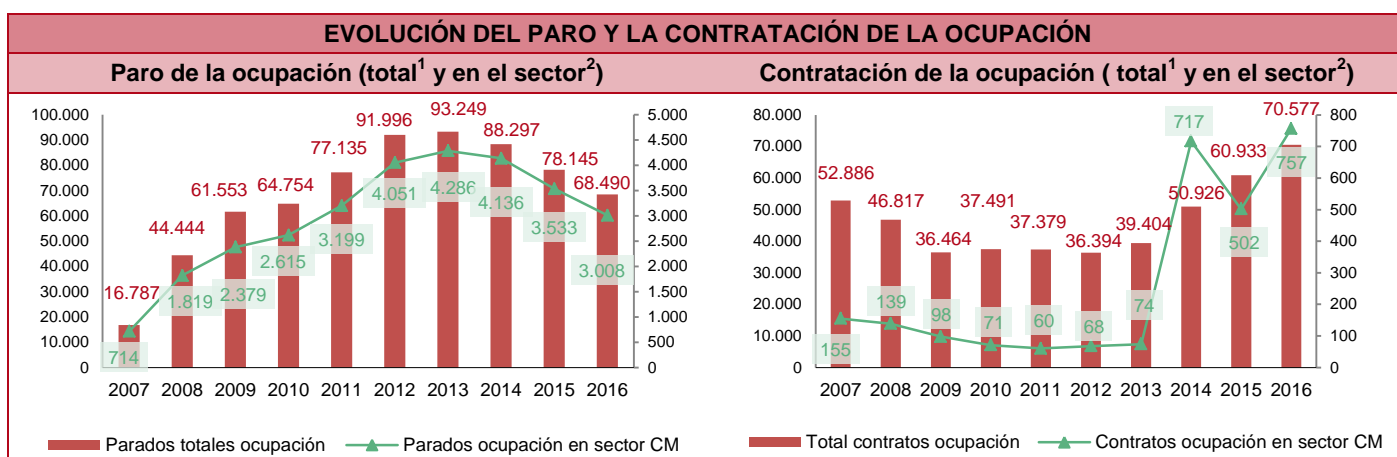
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Conductores-operadores de carretilla elevadora, en general.

Los operadores de carretillas elevadoras conducen, accionan y vigilan autoelevadoras o vehículos similares para transportar, izar y apilar fardos y paletas cargadas de mercancías.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 68.490 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 12,36 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	90,63	26,53	44,35
Mujeres	9,38	73,47	55,65
Menores de 30 años	13,90	18,07	16,90
Mayores de 45 años	36,07	40,81	48,44
Extranjeros	9,51	7,35	11,75
Personas con discapacidad	3,96	2,68	3,87
Parados de larga duración	34,51	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	50,10	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

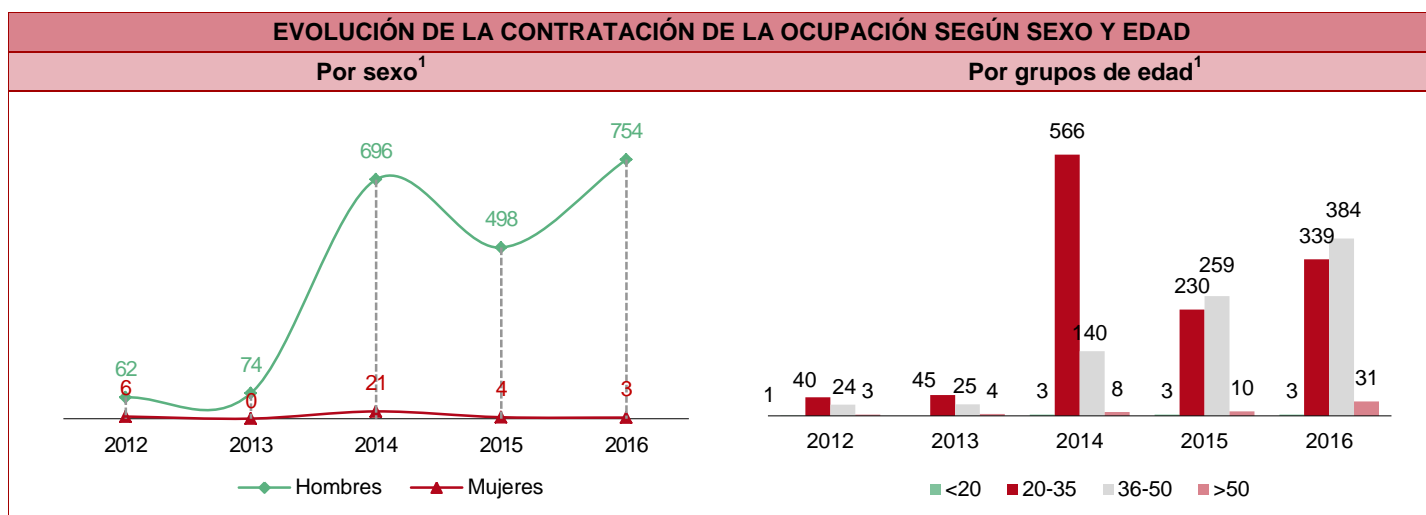
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 70.577 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 15,83 % si lo comparamos con el año anterior.

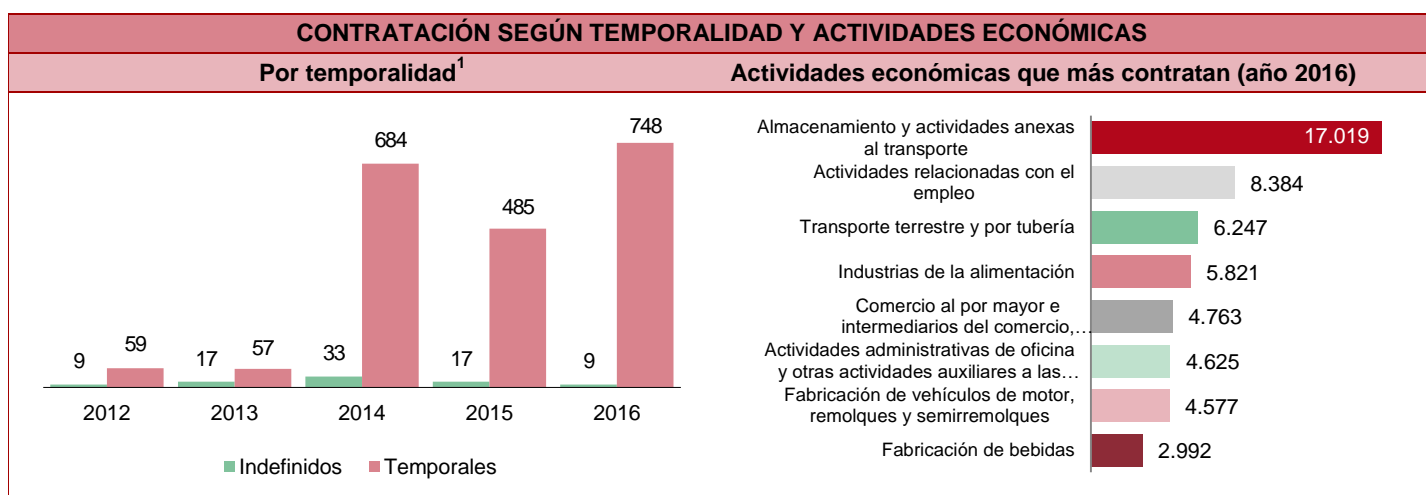
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	99,60	35,49	56,14
Mujeres	0,40	64,51	43,86
Menores de 30 años	26,55	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,96	11,96	23,39
Extranjeros	2,51	10,26	16,39
Personas con discapacidad	0,26	0,92	1,34
Parados de larga duración	0,53	3,44	2,72
Indefinidos	1,19	15,37	8,58
Temporales	98,81	84,63	91,42
Rotación	3,29	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- En los últimos diez años, el paro total de la ocupación presenta la misma evolución en el conjunto de los sectores y en el comercio minorista; el mayor nivel de desempleo lo alcanzó en el 2013, comenzando a decrecer de forma continuada hasta la fecha. La contratación descendió desde 2007 hasta 2012 con ligeros repuntes, remontando en los últimos seis años y duplicando casi el número de contratos en el conjunto de las actividades; en el comercio minorista, aumentó en un porcentaje mucho mayor, aunque en números absolutos es poco representativo respecto a la contratación total de la ocupación.
- Comparando las tasas de la ocupación con las del sector y las del conjunto de las ocupaciones, se constata que esta es una ocupación mayoritariamente masculina, ya que los hombres representan el 90,63 % de los desempleados y acaparan el 99,60 % de los contratos.
- La evolución mensual del paro de esta ocupación a lo largo del año 2016 dentro del comercio minorista presenta una diferencia de 964 parados entre febrero y agosto que registran el nivel más alto y el más bajo respectivamente. Con respecto a 2015, el paro descendió todos los meses una media del 13 % y la contratación aumentó una media interanual del 60 %. Con respecto a los meses de 2015, el mayor incremento se produjo en el mes de febrero.
- Los colectivos que tienen las mayores tasas de contratación son los menores de 30 años (muy inferior a la del sector) seguidos de los mayores de 45 (algo inferior a la del sector) y los extranjeros que tienen una tasa muy inferior a la del comercio minorista y a la del conjunto de los sectores.
- La estabilidad en la contratación de esta ocupación es muy baja, ya que la tasa de contratos indefinidos (1,19 %) es muy inferior a la del sector (15,37 %) y a la media nacional (8,58 %).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

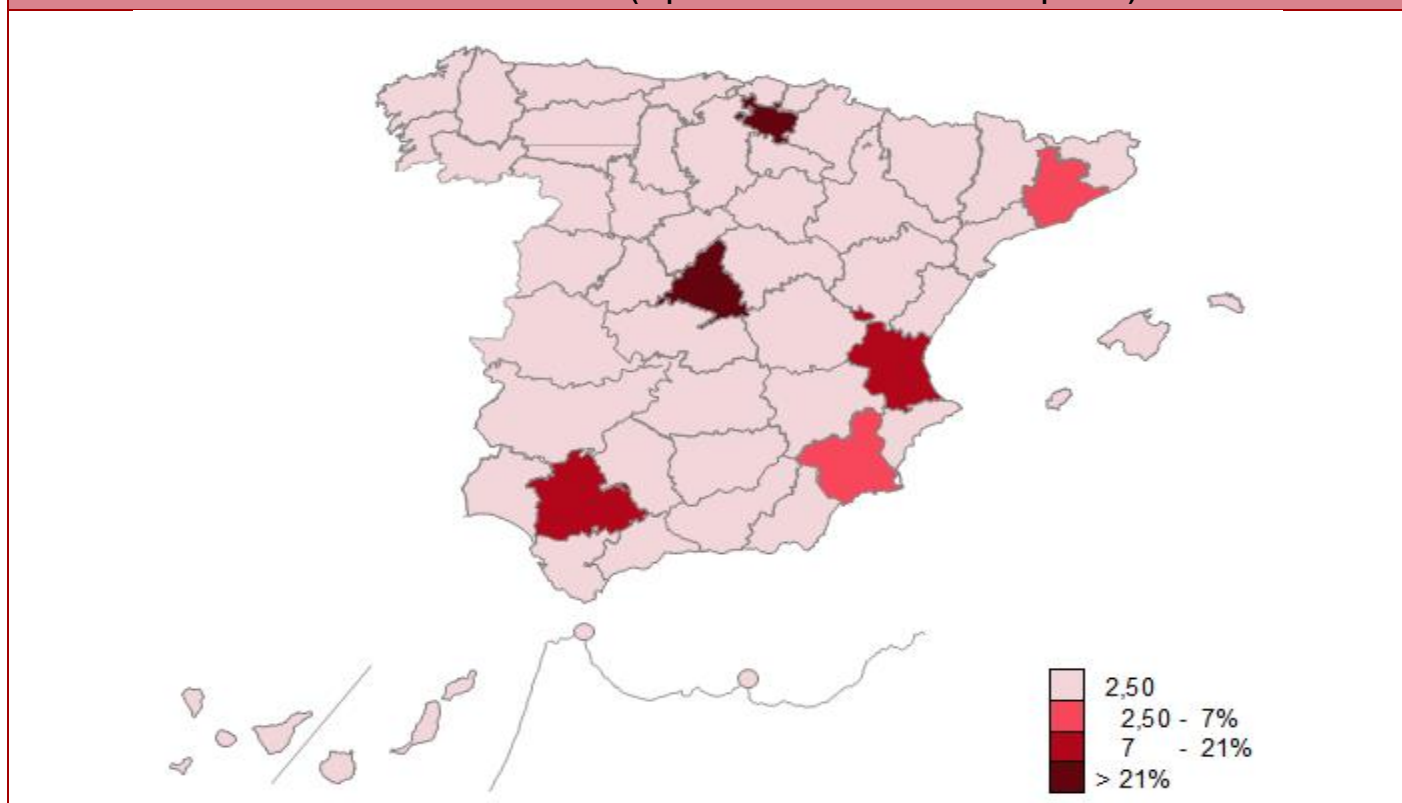
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	13	-43,48	0	0,00	Coruña, A	63	-10,00	1	-85,71	Ourense	7	-41,67	0	0,00
Alicante/Alacant	98	-13,27	5	-16,67	Cuenca	7	-41,67	2	-66,67	Palencia	15	-21,05	1	-90,00
Almería	11	-15,38	0	-100,00	Gipuzkoa	33	50,00	0	0,00	Palmas, Las	56	-5,08	0	-100,00
Araba/Álava	39	-30,36	161	87,21	Girona	43	0,00	0	0,00	Pontevedra	81	-10,99	5	400,00
Asturias	37	-28,85	7	0,00	Granada	29	-3,33	2	0,00	Rioja, La	27	-20,59	2	0,00
Ávila	9	-25,00	0	0,00	Guadalajara	47	11,90	1	-50,00	Salamanca	7	-58,82	0	0,00
Badajoz	38	-19,15	0	-100,00	Huelva	16	-46,67	0	0,00	Santa Cruz de Tenerife	87	-9,38	2	0,00
Balears, Illes	15	-37,50	2	100,00	Huesca	14	-22,22	5	0,00	Segovia	4	-60,00	0	-100,00
Barcelona	425	-22,30	37	12,12	Jaén	11	0,00	3	200,00	Sevilla	154	-8,88	78	-18,75
Bizkaia	95	1,06	2	-50,00	León	40	-11,11	0	0,00	Soria	3	-40,00	0	0,00
Burgos	37	-9,76	2	-50,00	Lleida	29	38,10	0	-100,00	Tarragona	102	10,87	3	-40,00
Cáceres	16	-15,79	0	0,00	Lugo	11	37,50	0	0,00	Teruel	4	-20,00	0	0,00
Cádiz	57	-3,39	3	0,00	Madrid	419	-14,84	321	94,55	Toledo	62	-15,07	15	114,29
Cantabria	42	-20,75	1	0,00	Málaga	52	-22,39	2	0,00	Valencia/València	211	-21,85	56	250,00
Castellón/Castelló	34	-20,93	2	100,00	Melilla	2	-50,00	0	0,00	Valladolid	48	-17,24	2	0,00
Ceuta	4	100,00	0	0,00	Murcia	63	-20,25	22	175,00	Zamora	11	-21,43	0	0,00
Ciudad Real	16	-38,46	0	0,00	Navarra	96	-30,43	2	0,00	Zaragoza	137	11,38	10	-44,44
Córdoba	31	3,33	0	-100,00										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación¹)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de operadores de carretillas elevadoras con respecto al total nacional de la misma; en el primer grupo (> 21 %) están Madrid y Álava que registraron el 42,40 % y el 21,27 % de los contratos respectivamente. En un segundo grupo, están las provincias cuyos porcentajes se encuentran entre el 7 % y el 21 %: Sevilla y Valencia; en el tercer grupo (2,50 % - 7 %) están Barcelona y Murcia. El resto de provincias no alcanza ninguna el 2 % del total nacional de contratos habidos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica de esta ocupación (21,00 %) es superior a la del comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la total nacional (13,34 %). Las provincias que tienen saldo positivo en la movilidad (es mayor el número de contratos realizados a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras) son: Madrid, Álava, Toledo y Sevilla. Por otro lado, están las que presentan saldo negativo (los contratos que salen son más que los que entran): Bizkaia, Guadalajara, León, Burgos, Jaén y Cádiz. El resto de las provincias tienen saldo cero.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Las perspectivas de empleo de esta ocupación son buenas; los trabajadores necesitan un mínimo de tres meses de experiencia y unas 25 horas de prácticas individualizadas para desempeñar esta ocupación.
- Las causas por las que, a veces, no se cubren las ofertas de los operadores de carretillas elevadoras son la falta de formación reglada, la falta de experiencia y la aparición de nuevas tecnologías.
- Los cambios previsibles dentro de la ocupación están relacionados con nueva maquinaria, robots, vehículos auto guiados y visión artificial que llevan aparejada la necesidad de formación en las nuevas tecnologías y en la conducción de los nuevos equipos.
- La movilidad hacia otras ocupaciones afines como son los empleados de control de abastecimiento (4121) requieren el conocimiento de una tecnología específica como es el manejo de terminales de radiofrecuencia y trazabilidad (RFID) así como sistemas de gestión integral de empresa: *enterprise resource planning* (ERP).
- Aunque existe formación para el empleo en esta ocupación, se considera necesario incrementar el número de acciones programadas, dada la creciente demanda de las empresas para que estos operarios tengan la formación adecuada.
- Las principales necesidades formativas de la ocupación relacionadas con las **competencias técnicas** se encuentran en las siguientes áreas:
 - Organización de almacén
 - Selección y colocación de cargas
 - Preparación de pedidos
 - Técnicas de *picking*
 - Sistemas de gestión de almacén (SGA)
 - Manejo de terminales de radiofrecuencia.
 - Trazabilidad (RFID)
 - Automatización de equipos
 - Vehículos autoguiados (AGV)
 - Carretilla retráctil
 - Plataforma elevadora
 - Pala cargadora
 - Mecánica y mantenimiento básico
 - Seguridad en el manejo de las carretillas y conocimiento mecánico de las mismas.
- Relacionadas con **competencias transversales**:
 - Prevención riesgos laborales
 - Cálculo y comunicación oral y escrita: operaciones aritméticas, cálculos utilizando decimales, porcentajes o fracciones, lectura, escritura de documentos cortos, escucha activa y comprensiva en la comunicación.

- Resolución de problemas: localización de problemas o fallos; análisis de sus causas y búsqueda de soluciones; gestión del estrés.
- Atención al Público: gestión de la relación con clientes y público.
- Ofimática y TI: hoja de cálculo, correo electrónico.
- Idiomas: inglés básico.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional básica

[Título Profesional Básico en Servicios Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Actividades auxiliares de almacén_COML0110](#)

CNO 8412 CONDUCTORES ASALARIADOS DE AUTOMÓVILES, TAXIS Y FURGONETAS

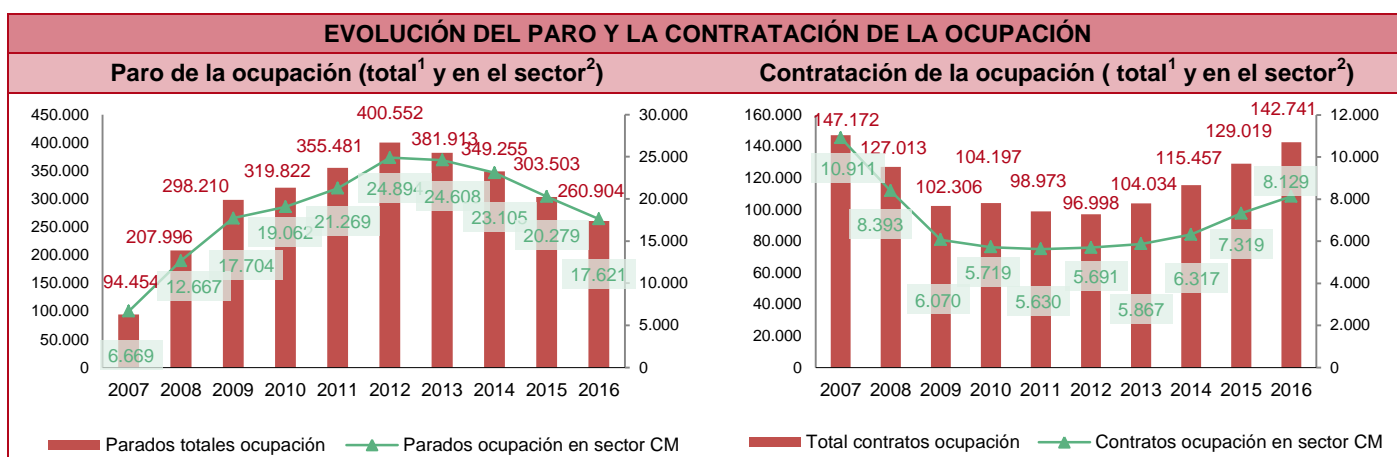
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Conductores de furgonetas, hasta 3,5 t.

Los conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas conducen y se ocupan de automóviles y furgonetas para el transporte de pasajeros, correspondencia o mercancías.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 260.904 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 14,04 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	89,60	26,53	44,35
Mujeres	10,40	73,47	55,65
Menores de 30 años	11,01	18,07	16,90
Mayores de 45 años	50,43	40,81	48,44
Extranjeros	9,57	7,35	11,75
Personas con discapacidad	3,27	2,68	3,87
Parados de larga duración	45,47	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	44,76	42,13	38,62

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

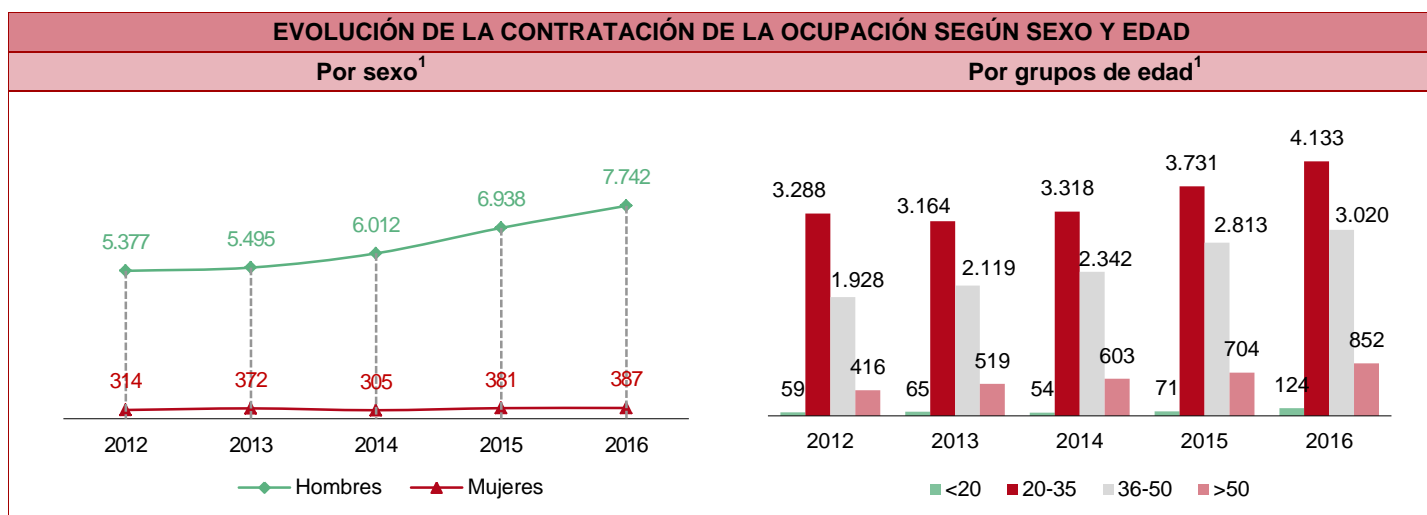
PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 142.741 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 10,64 % si lo comparamos con el año anterior.

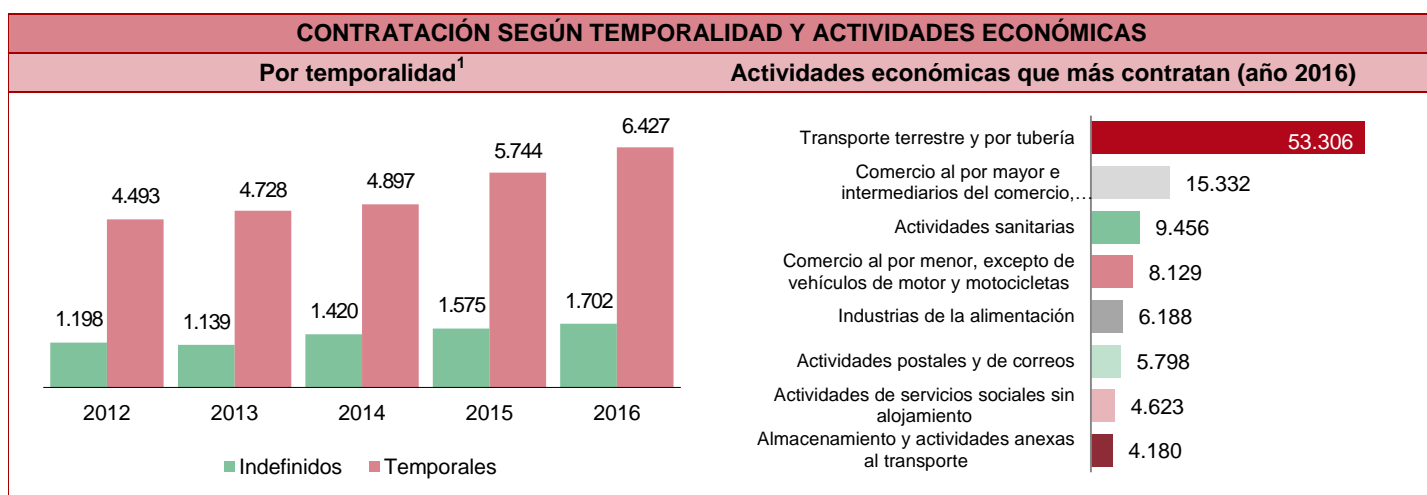
Tasas de contratación (%)	En la ocupación ¹	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	95,24	35,49	56,14
Mujeres	4,76	64,51	43,86
Menores de 30 años	30,56	51,37	34,54
Mayores de 45 años	21,00	11,96	23,39
Extranjeros	10,17	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,29	0,92	1,34
Parados de larga duración	4,51	3,44	2,72
Indefinidos	20,94	15,37	8,58
Temporales	79,06	84,63	91,42
Rotación	1,34	1,68	2,83

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- En los últimos diez años, el paro total de la ocupación presenta la misma evolución en el conjunto de los sectores que en el comercio minorista, alcanzando el mayor nivel en el 2012, para comenzar a decrecer de forma continuada hasta la fecha. La contratación desciende desde 2007 hasta 2012 para remontar en los últimos cinco años. El número total de contratos de la ocupación, en el conjunto de las actividades y en el comercio minorista, aún no ha recuperado los niveles que había alcanzado en 2007. En variación interanual, el paro de la ocupación dentro del comercio minorista descendió un 13,11 % y, en relación inversa, los contratos aumentaron un 11,07 %.
- Comparando las tasas de la ocupación con las del comercio minorista y con las del conjunto de las ocupaciones, se constata que esta es una ocupación mayoritariamente masculina, ya que los hombres representan el 89,60 % de los desempleados y acaparan el 95,24 % de los contratos.
- La evolución mensual del paro a lo largo del año 2016 presenta variaciones significativas entre enero y diciembre, hay una diferencia de 3.477 parados, registrándose el nivel más alto en febrero y el más bajo en agosto. Con respecto a 2015, el paro descendió todos los meses una media del 12,11 %. La contratación alcanza los valores mayor y menor en junio y en agosto respectivamente. Con respecto a 2015, se producen incrementos todos los meses, los más altos en agosto (23,26 %), abril (22,28 %), mayo (17,28 %).
- Los colectivos que tienen las mayores tasas de contratación son los menores de 30 años (aunque es muy inferior a la del sector) seguidos de los mayores de 45 (muy superior a la del sector) y de los extranjeros que tienen una tasa similar en el comercio minorista.
- La estabilidad en la contratación de esta ocupación (20,94 %) es superior a la del comercio minorista (15,37 %) y a la media estatal (8,58 %). En variación interanual, los indefinidos crecieron un 8,06 %.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



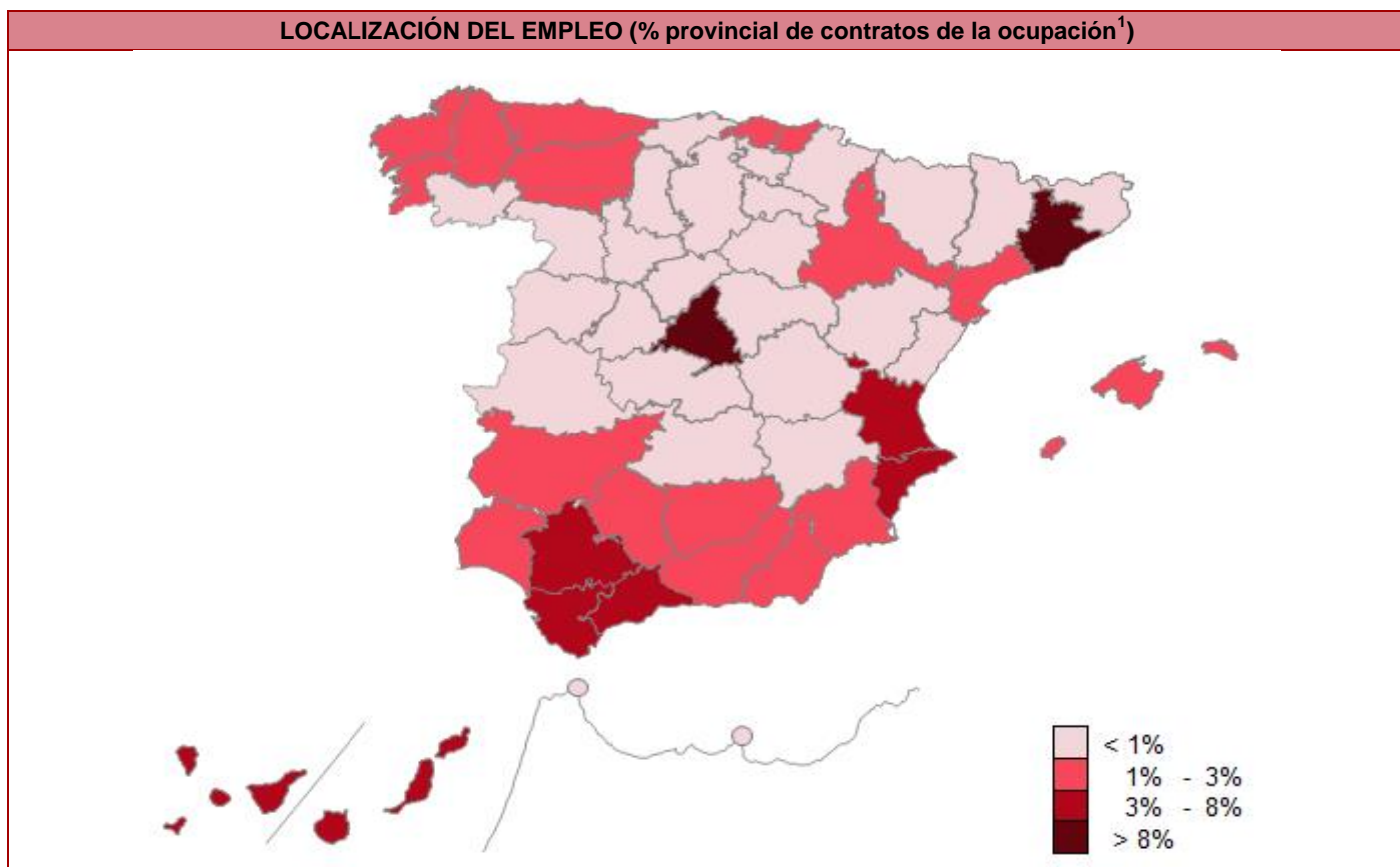
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015														
Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro ¹	Var. 16/15 (%)	Contr. ¹	Var. 16/15 (%)
Albacete	137	-17,47	41	10,81	Coruña, A	503	-13,28	169	4,32	Ourense	167	-10,22	62	47,62
Alicante/Alacant	1.043	-13,94	244	1,24	Cuenca	71	-17,44	20	-13,04	Palencia	64	-30,43	7	-53,33
Almería	226	-21,53	147	-0,68	Gipuzkoa	165	-14,51	148	24,37	Palmas, Las	907	-14,03	512	8,94
Araba/Álava	73	-14,12	49	40,00	Girona	245	-20,71	57	-20,83	Pontevedra	408	-6,64	125	14,68
Asturias	480	-6,80	209	36,60	Granada	336	-9,68	161	46,36	Rioja, La	65	-19,75	42	16,67
Ávila	80	-20,00	33	3,13	Guadalajara	69	-4,17	14	-12,50	Salamanca	176	-16,98	46	2,22
Badajoz	239	-20,86	182	-23,21	Huelva	115	1,77	113	9,71	Santa Cruz de Tenerife	1.033	-12,01	316	-4,82
Balears, Illes	255	-21,54	223	13,20	Huesca	58	-12,12	42	23,53	Segovia	34	-29,17	12	-45,45
Barcelona	1.104	-15,73	673	13,87	Jaén	124	-8,82	185	56,78	Sevilla	833	-2,34	468	29,28
Bizkaia	430	-9,66	120	13,21	León	216	-16,28	137	38,38	Soria	29	-6,45	12	200,00
Burgos	98	-4,85	60	27,66	Lleida	136	-3,55	66	22,22	Tarragona	208	-12,97	114	0,00
Cáceres	190	3,83	77	-25,24	Lugo	175	-19,35	154	6,21	Teruel	33	-23,26	58	114,81
Cádiz	654	-5,76	372	20,00	Madrid	2.338	-14,36	926	2,32	Toledo	296	-17,55	71	-5,33
Cantabria	234	-10,00	56	12,00	Málaga	713	-15,42	419	19,71	Valencia/València	890	-15,40	422	25,97
Castellón/Castelló	216	-12,20	65	41,30	Melilla	55	7,84	14	133,33	Valladolid	177	-12,81	47	-14,55
Ceuta	47	-2,08	11	-15,38	Murcia	503	-18,48	207	-2,36	Zamora	99	-9,17	14	-17,65
Ciudad Real	153	-16,85	56	-8,20	Navarra	173	-12,18	45	25,00	Zaragoza	250	-14,38	169	20,71
Córdoba	298	-11,04	137	-6,80										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas con respecto al total nacional de la misma; en el primer grupo (>8 %) están Madrid y Barcelona que registraron el 11,39 % y el 8,28 % de los contratos respectivamente. En un segundo grupo, están las provincias cuyos porcentajes se encuentran entre el 3 % y el 8 %: Las Palmas, Sevilla, Valencia, Málaga, Cádiz, Santa Cruz de Tenerife y Alicante; en el tercer grupo (1 % - 3 %) hay dieciocho provincias y el resto de provincias no alcanzan ninguna el 1 % del total nacional de contratos registrados en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica de esta ocupación (7,59 %) es inferior a la del comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la estatal (13,34 %). Las provincias que tienen saldo positivo en la movilidad (es mayor el número de contratos realizados a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras) son: Madrid, Valencia, Álava, Illes Balears, Jaén, Salamanca, Asturias, Barcelona, Málaga, Las Palmas, Pontevedra, León, Alicante, Lleida, Segovia, Sevilla, Teruel, Huesca y Ceuta. Por otro lado, están las que presentan saldo negativo (los contratos que salen son más que los que entran) que son el resto de provincias menos tres que tienen saldo cero: Navarra, Palencia y Melilla.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Las perspectivas de empleo son de crecimiento en alguna actividad como conductor de furgoneta y transporte, y de mantenimiento en otras como el taxi que, de crearse empleo, sería por reposición de jubilados o para autónomos. El crecimiento de la contratación se produce debido a los cambios en los hábitos de movilidad y en la logística del transporte de mercancías relacionado con el (*e-commerce*).
- La evolución de las nuevas tecnologías tiene repercusión en las habilidades requeridas para la comunicación. Las viejas emisoras están desapareciendo y han sido sustituidas por *smartphones* o *tablets*: los taxistas pueden gestionar su flota, además de los servicios de desplazamiento y navegación por GPS, mediante una sola aplicación; y los clientes pueden disponer de *wifi* gratuito en algunos vehículos y efectuar el pago por contacto mediante *contactless* por tecnología NFC, acercando su tarjeta o móvil al Terminal de Punto de Venta (TPV).
- El transporte público, autobús y tranvía perjudica la demanda del servicio de taxi o del vehículo de alquiler, pero la limitación en el uso del coche particular les beneficia, sobre todo en las grandes ciudades. Es un sector muy sensible a cambios: regulación del tráfico, consumo responsable, factores medioambientales y movilidad sostenible.
- Los cambios previsibles en la ocupación están relacionados con nuevos sistema de gestión de cobro, nuevos sistemas de seguridad; trato con público más variado; régimen de turnos y horarios; nuevas situaciones de tráfico vial; *e-commerce* /logística; nuevas tecnologías (*Contactless* por tecnología NFC); conducción y gestión de sistemas preventivos de protección BAS y ESF: conducción defensiva; nuevas estrategias de marketing.
- Aparecen también nuevas ocupaciones como el alquiler de conductores y vehículos a domicilio (UBER, CABIFY): se ha incrementado el número de licencias VTC (alquiler de vehículos con conductor).
- La movilidad y el emprendimiento son altos en esta ocupación, ya que se incorporan desempleados generalmente del sector del transporte: conductores de furgoneta, transportistas. Se dan movimientos de ida y retorno. También es una salida para los desempleados de otras actividades y sectores.
- Las causas por las que, a veces, no se cubren las ofertas de conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas son la falta de formación, el rechazo a las condiciones laborales (jornada laboral, salario) y los riesgos laborales.
- Los conductores en general necesitan formación permanente y actualizada en: normativa de tráfico y de transporte nacional e internacional; seguridad vial y del vehículo; conocimiento de las infraestructuras, seguridad e higiene; protocolos de actuación en caso de incidentes con las personas o con la manipulación de mercancías y productos. Es una formación que trata de cubrir el CAP, pero tiene que ampliarse a todos los conductores.
- Deberían ser ocupaciones más reguladas, ya que al tratarse en su mayor parte de autónomos, se ejercen sin formación especializada en gestión de empresas y actualización normativa a todos los niveles como el

de tráfico y seguridad y vial). El comercio *online*, la internacionalización de las empresas y sus productos han impulsado el sector del transporte y la logística y las necesidades formativas se incrementan y diversifican para alguna de estas ocupaciones.

- Las principales necesidades formativas de esta agrupación profesional están relacionadas con las siguientes **competencias técnicas**:
 - Terminales de venta electrónicos (TPV).
 - CAP actualización.
 - Dispositivos de los vehículos y aplicaciones informáticas relacionadas con la comunicación.
 - Seguridad del vehículo.
 - Uso del taxímetro y aplicación de tarifas.
 - Callejero actualización.
 - Actualización profesional para la renovación de las licencias.
 - Planificación de rutas.
 - Conducción eficiente y segura.
 - Mecánica y eléctrica del automóvil.
 - Conducción y mantenimiento del vehículo híbrido.
 - Conocimiento y manejo del taxímetro y del GPS.
 - Planificación de rutas.
 - Bloque formativo sanitario para ambulancias
 - Manipulación de mercancías peligrosas
 - Colocación y manipulación de cargas
- **Competencias transversales**:
 - Atención al cliente y atención a usuarios en el área de transporte
 - Inteligencia emocional y comunicación; resolución de conflictos; habilidades sociales
 - Escucha activa y comprensiva en la comunicación
 - Gestión de cobros; medios de pago
 - Trabajo en equipo
 - Primeros Auxilios
 - Economía circular y seguridad medioambiental
 - Idiomas: Inglés, francés, alemán
 - Aplicaciones informáticas relacionadas con la comunicación y redes sociales
 - *E-commerce* y estrategias de marketing
 - Tratamiento y control del estrés en la conducción laboral
 - Normativa, impuestos y fiscalidad.
 - Normativa sobre infraestructuras, tráfico y transporte
 - Adecuación a normativa europea e impuestos
 - Prevención riesgos laborales,
 - Legislación comercial; normativa para establecerse como autónomos; creación de empresas,
 - Trámites con las AAPP; administración electrónica; derechos y deberes de los autónomos, subvenciones y trámites de solicitud.
 - Iniciativa, compromiso, higiene y limpieza en el vehículo

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Conducción de Vehículos de Transporte por Carretera](#)

Certificados de profesionalidad

[Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas_TMVI0112](#)

CNO 8432 CONDUCTORES ASALARIADOS DE CAMIONES

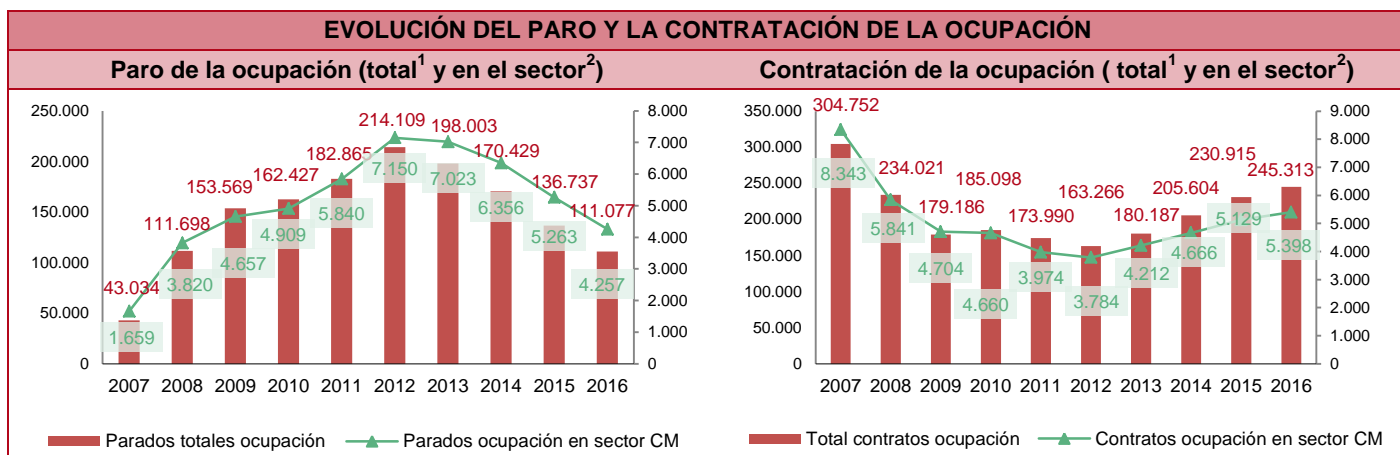
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Conductores de camiones, en general.
- Conductores de camiones con remolque y/o de tractocamiones.
- Conductores de camiones de mercancías peligrosas.

Los conductores asalariados de camiones pesados conducen y se ocupan de vehículos motorizados pesados para el transporte a corta o larga distancia de mercancías, líquidos y materiales pesados.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 111.077 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 18,77 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	95,96	26,53	44,35
Mujeres	4,04	73,47	55,65
Menores de 30 años	4,37	18,07	16,90
Mayores de 45 años	56,03	40,81	48,44
Extranjeros	7,09	7,35	11,75
Personas con discapacidad	1,90	2,68	3,87
Parados de larga duración	40,85	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	53,42	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

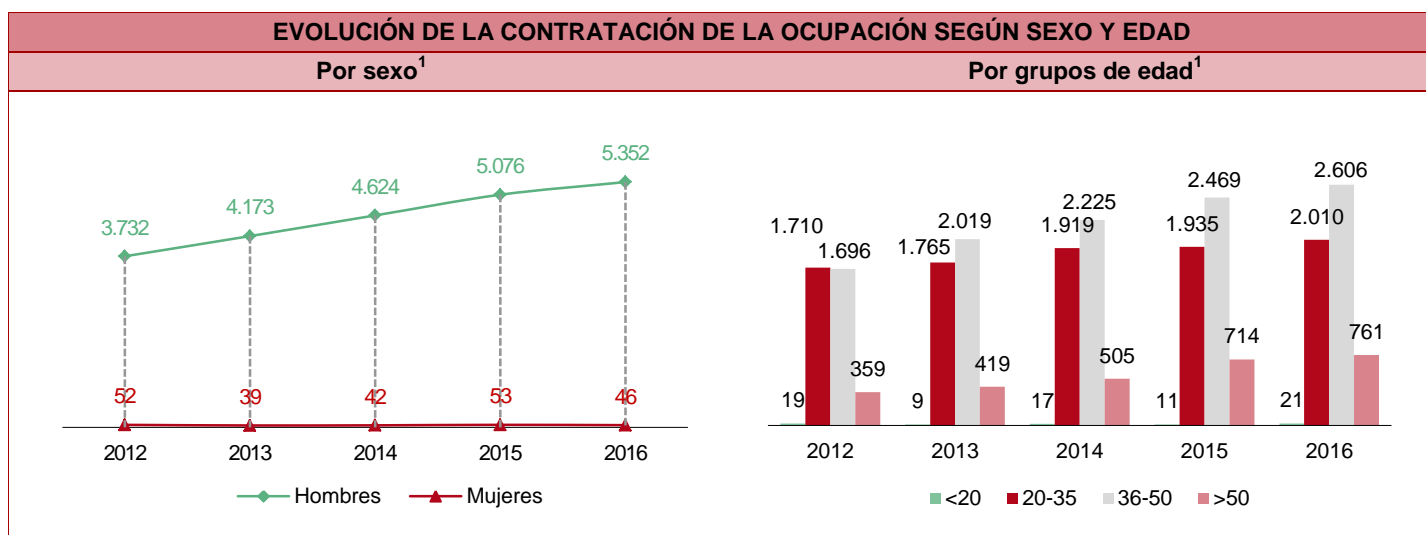
A lo largo de 2016 se registraron 245.313 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 6,24 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	99,15	35,49	56,14
Mujeres	0,85	64,51	43,86
Menores de 30 años	16,12	51,37	34,54
Mayores de 45 años	29,86	11,96	23,39
Extranjeros	9,56	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,41	0,92	1,34
Parados de larga duración	4,04	3,44	2,72
Indefinidos	17,32	15,37	8,58
Temporales	82,68	84,63	91,42
Rotación	1,36	1,68	2,83

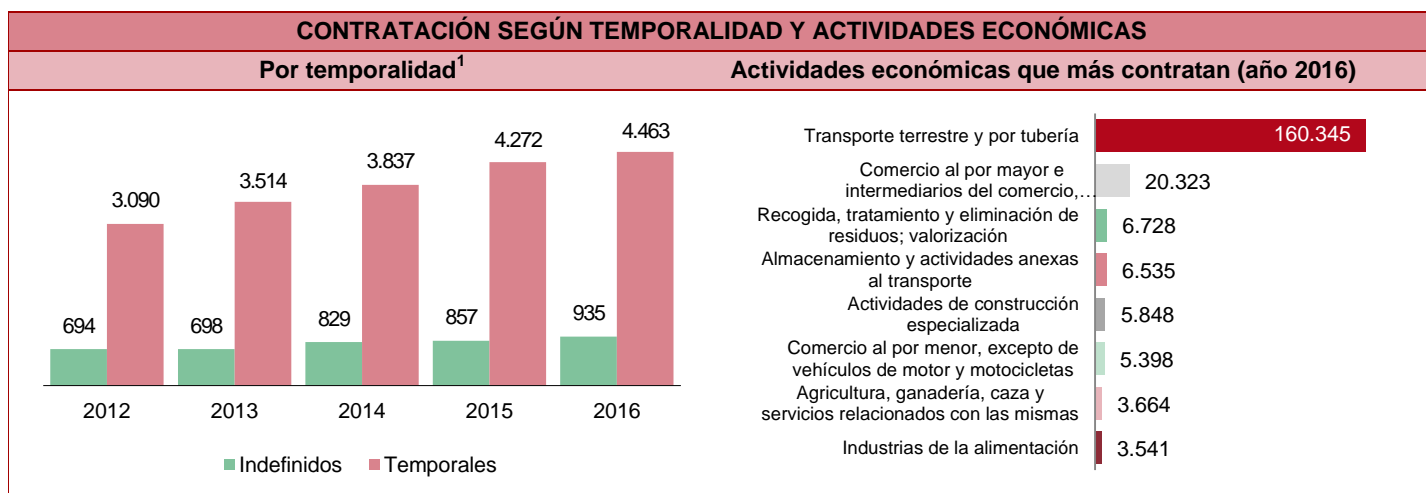
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007, el paro total de la ocupación así como el del sector aumenta progresivamente alcanzando su máximo en el año 2012, a partir del cual comienza a decrecer de forma estable y continuada. Los contratos de la ocupación evolucionan de forma irregular, alternando ascensos y descensos, pero tanto el total de la contratación como los contratos del sector del comercio minorista aumentan de forma continua y regular desde 2013. El paro de la ocupación en el ámbito del sector en estudio desciende interanualmente un 19,11 % en diciembre de 2016 y los contratos en el mismo periodo interanual descienden un 0,28 %.
- Es mayoritariamente masculina, ya que los hombres agrupan en torno al 96,00 % tanto de desempleados como de contratos de la ocupación, sin embargo, en el sector CM ocurre lo contrario, siendo mayoría las mujeres.
- A lo largo del año 2016, los demandantes de empleo parados presentan un máximo en junio y un mínimo en agosto. Mensualmente, aumenta en enero, febrero, septiembre y octubre; con respecto al año 2015 se registra un descenso significativo en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en septiembre y en diciembre, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son agosto y septiembre; sin embargo, en enero y diciembre se produce un descenso.
- La media de edad de los contratados en esta ocupación es más avanzada que la del sector y la nacional. La proporción de contratos realizados a parados de larga duración y a personas con discapacidad es poco representativa. La tasa de estabilidad de la ocupación (17,32 %), porcentaje de contratos indefinidos sobre el total, es superior a la media del sector (15,37 %) y ambas superan la nacional (8,58 %).
- Es una ocupación en la que tiene peso la experiencia, dada la inexistencia parados de primer empleo. El desempleo de larga duración es importante, si bien es superior a la media del sector y nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

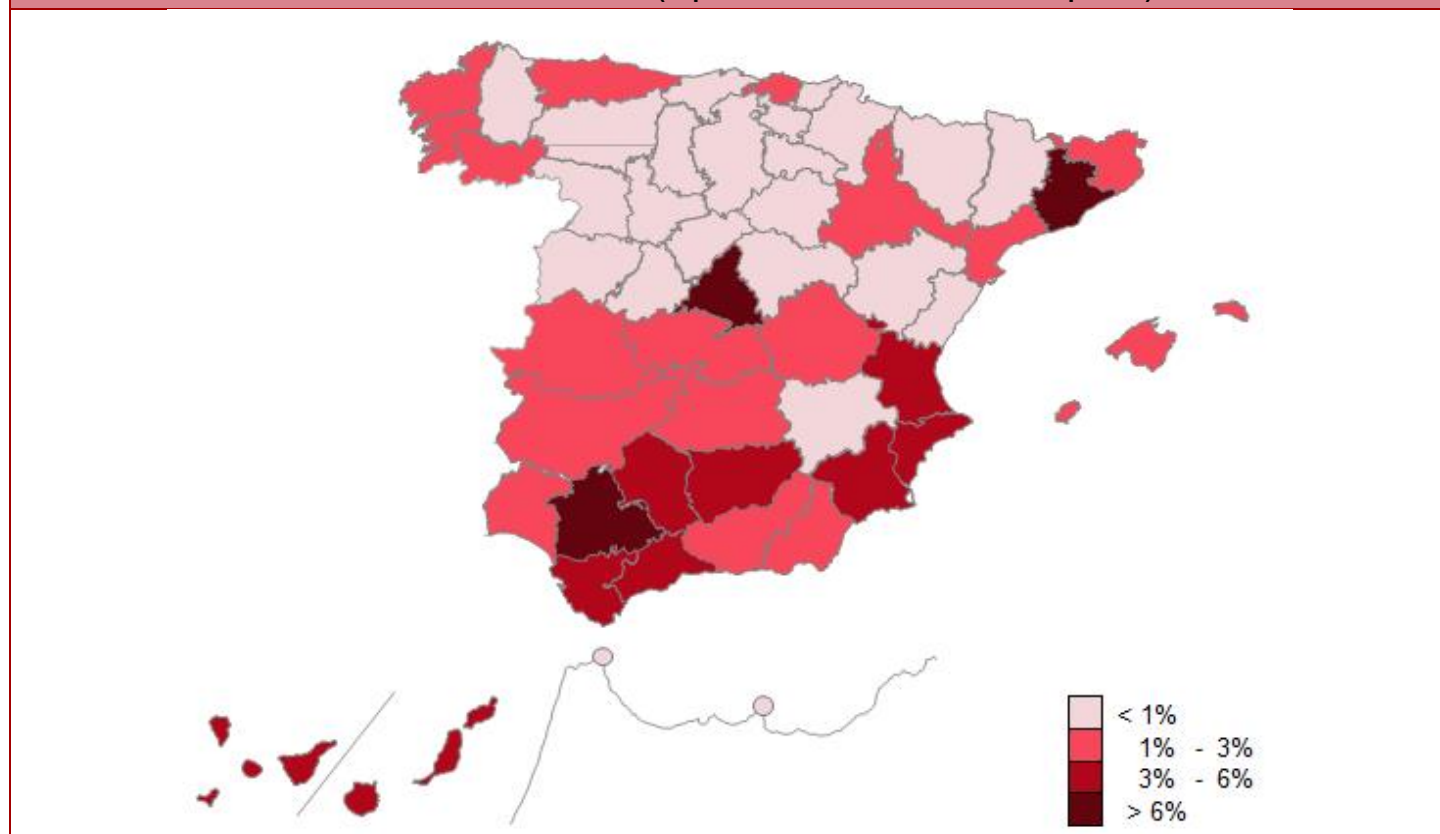
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)
Albacete	75	4,17	40	-25,93	Coruña, A	123	-8,89	135	8,87	Ourense	38	-25,49	54	-1,82
Alicante/Alacant	234	-15,52	202	11,60	Cuenca	18	-53,85	107	22,99	Palencia	12	-40,00	11	-26,67
Almería	54	-12,90	128	7,56	Gipuzkoa	41	20,59	32	68,42	Palmas, Las	155	-16,22	248	-7,12
Araba/Álava	17	0,00	7	-22,22	Girona	54	-28,00	77	60,42	Pontevedra	90	-29,69	71	-41,32
Asturias	143	-16,86	114	21,28	Granada	115	-9,45	116	-18,88	Rioja, La	17	-43,33	14	0,00
Ávila	25	-16,67	42	75,00	Guadalajara	35	29,63	51	-13,56	Salamanca	52	-5,45	40	66,67
Badajoz	87	-26,89	147	5,76	Huelva	39	-23,53	140	-2,10	Santa Cruz de Tenerife	149	-28,71	243	15,71
Balears, Illes	44	-25,42	143	20,17	Huesca	15	-25,00	22	4,76	Segovia	8	-66,67	20	-50,00
Barcelona	246	-29,71	351	14,33	Jaén	38	-2,56	256	19,63	Sevilla	192	-18,64	344	17,81
Bizkaia	82	-24,07	57	3,64	León	58	-22,67	38	8,57	Soria	15	50,00	20	150,00
Burgos	22	-24,14	31	-8,82	Lleida	23	-14,81	38	-11,63	Tarragona	72	-18,18	67	28,85
Cáceres	60	-7,69	68	3,03	Lugo	58	-29,27	37	-27,45	Teruel	3	-57,14	41	-12,77
Cádiz	170	-24,78	184	7,60	Madrid	450	-12,45	389	19,69	Toledo	112	-27,27	130	-13,33
Cantabria	40	-36,51	32	-11,11	Málaga	190	-23,69	194	-13,00	Valencia/València	221	-14,34	228	25,27
Castellón/Castelló	41	-29,31	42	-14,29	Melilla	7	-41,67	2	0,00	Valladolid	36	-29,41	47	-11,32
Ceuta	12	-25,00	0	0,00	Murcia	158	-11,24	168	0,00	Zamora	33	-23,26	36	0,00
Ciudad Real	63	-12,50	134	-22,54	Navarra	43	-23,21	23	-11,54	Zaragoza	63	0,00	65	14,04
Córdoba	109	-6,03	172	18,62										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Conductores asalariados de camiones con respecto al total nacional; muestra el predominio de Madrid, Sevilla, Barcelona sobre el resto del territorio, ya que el 7,21 % se ubica en Madrid, seguido de Barcelona y Sevilla con el 6,50 % y 6,37 % respectivamente; en un segundo grupo se encuentran provincias que suponen entre el 3,00 % y el 6,00 %, concentradas en la zona del Levante peninsular y Andalucía. El resto de provincias se encuentran por debajo del 3 % del total nacional de contratos registrados en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 9,82 %, algo superior a la del sector del comercio minorista (8,99 %) e inferior a la movilidad nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos realizados a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras, son Madrid, Alicante e Illes Balears. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Guadalajara, Valencia y Toledo, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- La previsión de empleo de la ocupación es de crecimiento; se demanda un perfil cada vez más polivalente, que cuente con conocimientos tanto de mecánica y mantenimiento de vehículos, como de normativa en materias de manejo de todo tipo de mercancías (animales, mercancías peligrosas y perecederas). Se prevén cambios constantes que generarán nuevas necesidades, asociados al uso de las nuevas tecnologías en el transporte terrestre. La entrada en actividad de los megatrailers (vehículos más grandes y pesados) exige la adquisición de nuevas competencias de conducción y seguridad. En este grupo es fundamental la experiencia así como la obtención del permiso de conducir C+E, el certificado de aptitud profesional de conductor (CAP) y ADR (para mercancías peligrosas por carretera)
- Las necesidades formativas **técnico profesionales** están relacionadas con el transporte y mantenimiento de los vehículos; mecánica y mantenimiento, uso de tacógrafo digital, conducción económica y eficiente, riesgos laborales, manejo de mercancías peligrosas y perecederas, transporte de animales, extinción de incendios y reciclaje; técnicas de conducción racional y segura, protección física de la mercancía, trato con el cliente, transporte inteligente (cobro electrónico en peajes, sistemas de vigilancia automática de infracciones, notificación automática de accidentes o incidentes meteorológicos, rutas *online*, manejo de carretillas elevadoras y de sistemas de navegación; y conocimiento de normativa viaria internacional.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, especialmente las relacionadas con los idiomas: inglés, francés y alemán con niveles de usuario independiente en comprensión auditiva, lectora, interacción y expresión oral, así como escritura. En cuanto a conocimientos normativos hay carencias en prevención de riesgos laborales, normas de tráfico y transporte, en normativa sobre aduanas e impuestos extranjeros así como para establecerse como autónomos/crear empresas. Por otra parte, en relación a la administración pública, hace falta conocer los derechos y deberes de los autónomos, trámites con las AAPP/Administración electrónica y transporte (TIR) de gestión en el Servicio de Aduanas.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como iniciativa personal, la gestión de la relación con clientes, polivalencia y la capacidad de compromiso.
- Según la ley de transporte, para la obtención de una autorización de transporte público de viajeros en autobús o de mercancías (art. 43.2 LOTT), las personas o empresas interesadas en obtener estos tipos de autorizaciones (MDL, Tarjeta de transporte público de mercancías de ligero, vehículos de carga útil hasta 3.500 kg, o MDP, Tarjeta de transporte público de mercancías de pesado, carga útil superior a 3.500 kg.) deben acreditar que poseen el título de competencia profesional.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional de grado medio

[Técnico en Conducción de Vehículos de Transporte por Carretera](#)

Certificados de profesionalidad

[Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera_TMVI0208](#)

CNO 9433 REPARTIDORES, RECADISTAS Y MENSAJEROS A PIE

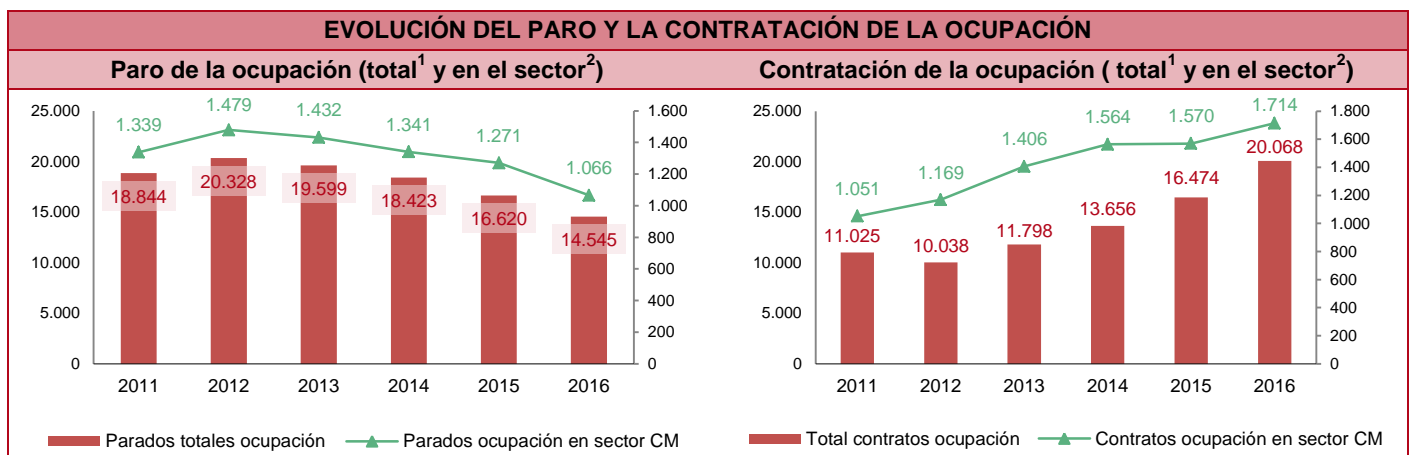
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Repartidores a domicilio, a pie.

Los repartidores, recadistas y mensajeros a pie llevan mensajes, transportan paquetes y otros objetos a sus destinatarios de un establecimiento a otro así como a domicilios particulares y otros lugares. Se desplazan a pie.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 14.545 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 12,48 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	81,80	26,53	44,35
Mujeres	18,20	73,47	55,65
Menores de 30 años	24,48	18,07	16,90
Mayores de 45 años	34,62	40,81	48,44
Extranjeros	6,29	7,35	11,75
Personas con discapacidad	5,63	2,68	3,87
Parados de larga duración	45,03	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	35,08	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

A lo largo de 2016 se registraron 20.068 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 21,82 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	86,93	35,49	56,14
Mujeres	13,07	64,51	43,86
Menores de 30 años	40,43	51,37	34,54
Mayores de 45 años	19,08	11,96	23,39
Extranjeros	11,20	10,26	16,39
Personas con discapacidad	2,45	0,92	1,34
Parados de larga duración	5,66	3,44	2,72
Indefinidos	18,14	15,37	8,58
Temporales	81,86	84,63	91,42
Rotación	1,20	1,68	2,83

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

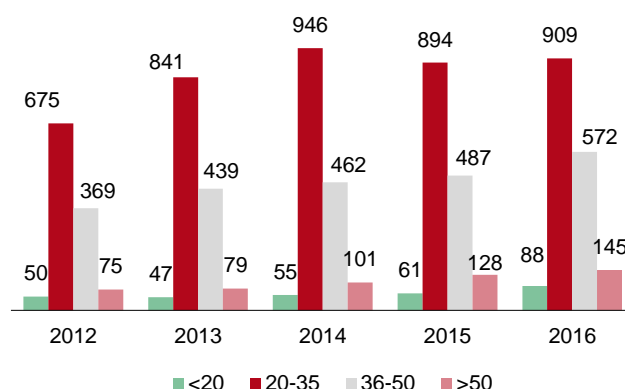
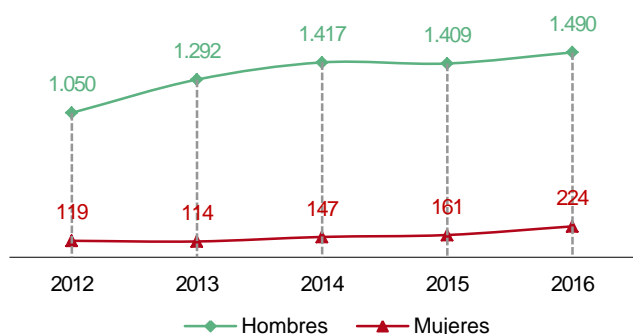
Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007, el paro de la ocupación en el conjunto de actividades como en el sector del comercio aumentaron alcanzando un máximo en el año 2012, posteriormente comienza a decrecer de forma continuada. Los contratos totales de la ocupación desde 2011 (fecha en que hay datos) experimentan ascensos continuados interanuales (salvo el 2012); por el contrario los contratos de la ocupación dentro del comercio minorista aumentan en los cinco últimos años. De este modo, el paro de la ocupación en el ámbito del sector objeto de estudio desciende interanualmente un 16,13 % en diciembre de 2016 y los contratos en el mismo periodo interanual aumentan un 11,20 % en el conjunto de dicho año.
- Es mayoritariamente masculina, ya que los hombres agrupan al 86,93 % de los contratos y al 81,80 % de los desempleados de la ocupación; sin embargo, en el sector CM ocurre lo contrario, siendo mayoría las mujeres
- A lo largo del año 2016, el paro no muestra variaciones significativas, presenta un máximo en enero y un mínimo en agosto. Mensualmente, aumenta en enero, septiembre y octubre; con respecto al año 2015 se registra descensos todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en junio y en enero, respectivamente. Los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son abril y agosto.
- La media de edad de los contratados en esta ocupación es baja tanto en la ocupación como en el sector; la mayoría está por debajo de los 30 años. La proporción de contratos realizados a parados de larga duración es poco representativa.
- La estabilidad en la contratación de esta ocupación es superior a la del sector y a la nacional, el porcentaje de contratos indefinidos sobre el total se sitúa en torno al 18 %. La rotación de la ocupación es inferior a la nacional.
- La inexistencia de parados de primer empleo indica que esta es una ocupación en la que tiene peso la experiencia. El desempleo de larga duración es superior a la media del sector.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN DE LA OCUPACIÓN SEGÚN SEXO Y EDAD

Por sexo¹

Por grupos de edad¹

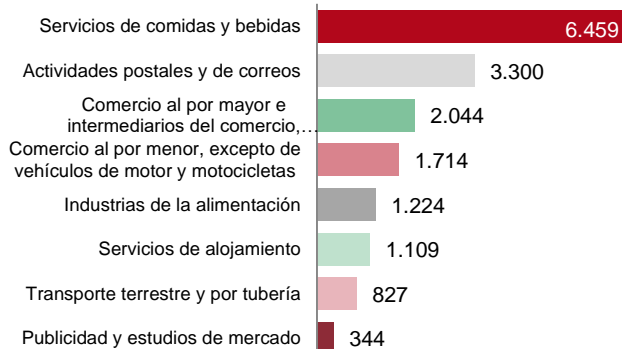
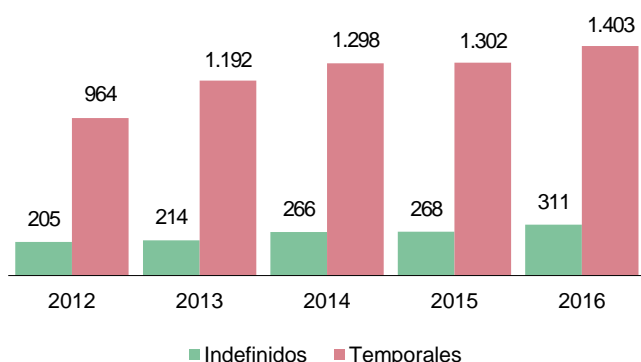


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

CONTRATACIÓN SEGÚN TEMPORALIDAD Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Por temporalidad¹

Actividades económicas que más contratan (año 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

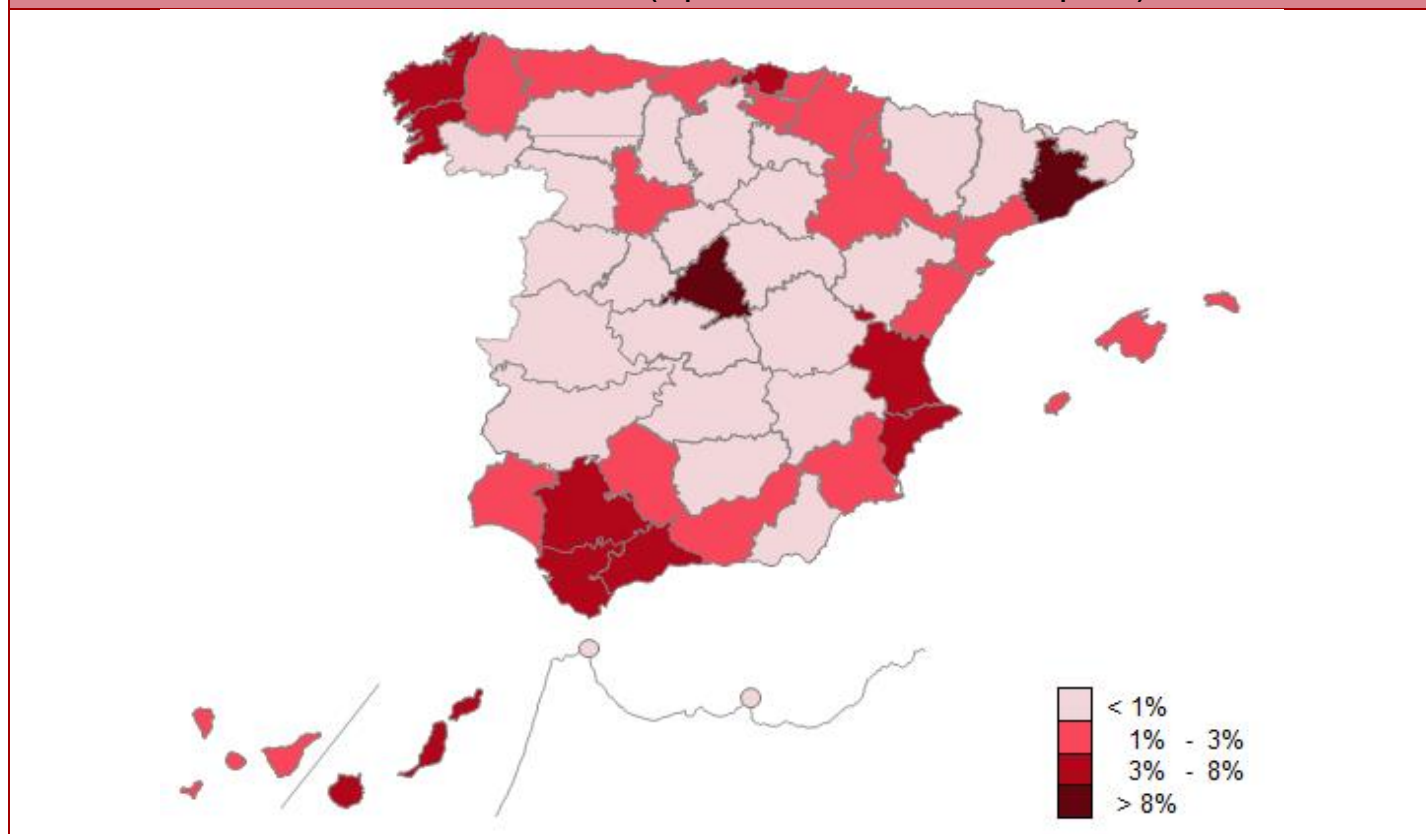
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)
Albacete	7	-46,15	10	0,00	Coruña, A	42	-20,75	91	175,76	Ourense	12	0,00	6	-33,33
Alicante/Alacant	40	11,11	76	28,81	Cuenca	1	-66,67	8	700,00	Palencia	7	-12,50	2	100,00
Almería	9	-35,71	14	27,27	Gipuzkoa	5	-28,57	34	-53,42	Palmas, Las	83	-27,19	90	3,45
Araba/Álava	1	-66,67	26	188,89	Girona	9	80,00	17	-22,73	Pontevedra	49	-16,95	59	-14,49
Asturias	25	13,64	32	-5,88	Granada	17	-39,29	50	25,00	Rioja, La	2	-60,00	14	55,56
Ávila	4	300,00	1	0,00	Guadalajara	2	-33,33	1	-66,67	Salamanca	14	-12,50	10	25,00
Badajoz	5	-61,54	10	-33,33	Huelva	14	-17,65	28	-6,67	Santa Cruz de Tenerife	46	-16,36	45	7,14
Balears, Illes	29	-6,45	45	-16,67	Huesca	1	0,00	5	0,00	Segovia	3	0,00	3	50,00
Barcelona	56	-6,67	151	31,30	Jaén	6	-25,00	15	-21,05	Sevilla	76	-28,97	113	5,61
Bizkaia	41	-4,65	60	20,00	León	7	40,00	6	-14,29	Soria	0	0,00	1	0,00
Burgos	4	-33,33	11	-8,33	Lleida	3	50,00	15	200,00	Tarragona	10	-9,09	23	-14,81
Cáceres	12	33,33	11	175,00	Lugo	8	-33,33	18	-33,33	Teruel	2	0,00	2	0,00
Cádiz	60	-30,23	81	28,57	Madrid	107	-19,55	161	8,05	Toledo	4	-33,33	3	0,00
Cantabria	17	6,25	21	50,00	Málaga	63	-1,56	67	-6,94	Valencia/València	29	-19,44	81	35,00
Castellón/Castelló	7	16,67	20	33,33	Melilla	20	5,26	5	0,00	Valladolid	14	-12,50	20	5,26
Ceuta	9	-10,00	3	-70,00	Murcia	25	-10,71	51	6,25	Zamora	8	33,33	8	-50,00
Ciudad Real	15	114,29	5	-72,22	Navarra	7	-41,67	34	-10,53	Zaragoza	10	0,00	23	35,29
Córdoba	19	-34,48	27	28,57										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos registrados en la ocupación de repartidores, recadistas y mensajeros a pie con respecto al total nacional, mostrando el predominio de Madrid y Barcelona sobre el resto del territorio, ya que ambas provincias representan al 9,40 % y 8,81 % respectivamente. En un segundo grupo se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, que tienen porcentajes de contratación situados entre el 3 y el 8 % como Sevilla, A Coruña, Las Palmas, Cádiz, Valencia, Alicante, Málaga, Bizkaia y Pontevedra. El resto de provincias no alcanza ninguna el 3 % de la contratación nacional de esta ocupación en la actividad del comercio minorista.

La tasa de movilidad geográfica en esta ocupación (4,55 %) es inferior a la del comercio minorista y a la total nacional. De las provincias que tienen saldo positivo (aquellas en las que el número de contratos realizados a trabajadores que entran procedentes de otras provincias es mayor que el de los que salen hacia otras) destacan: Illes Balears, Madrid, Málaga y Zaragoza. Por el contrario, el saldo es negativo (son más los contratos que salen que los que entran), en Córdoba, Segovia, A Coruña y Palencia, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- La previsión es de crecimiento del empleo en la ocupación. Se demanda un perfil multidisciplinar que cuente con conocimientos de atención al público y gestión de clientes, acompañado del uso de las nuevas tecnologías de gestión. Como consecuencia, se está produciendo una adaptación de los perfiles profesionales a la realidad del mercado de trabajo, que exige una mayor movilidad y un amplio grado de polivalencia. Las tareas de esta ocupación se refieren en su mayoría con el reparto de comida a domicilio, documentación o pequeña paquetería vinculada al comercio *online*, por lo que se crean sinergias mediante redes de colaboradores que impulsan el desarrollo de la actividad logística local.
- Las necesidades formativas **técnico profesionales** están relacionadas con el uso de herramientas informáticas de comunicación (GPS, manejo de tablet, PDA), gestión de terminales de reparto, técnicas de venta, empaquetado de productos, escaparatismo y atención al cliente.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, el conocimiento de idiomas está presente en esta ocupación: el idioma requerido en la mayoría de las ofertas es el inglés y en menor medida el alemán; además se reclama el otro idioma cooficial de la comunidad autónoma, especialmente en aquellas ofertas en las que se tiene mayor relación con el cliente, con niveles altos en comprensión auditiva, lectora e interacción oral. El conocimiento de informática requerido es a nivel usuario en lo relativo al uso de internet/redes sociales, programas de gestión hotelera, y atención al huésped vía telefónica o web. En cuanto a conocimientos normativos hay carencias en prevención de riesgos laborales.
- Según la muestra de ofertas, en una gran mayoría de las mismas la titulación exigida para estos profesionales se enfoca en el área de Turismo. Los conocimientos exigidos en este tipo de ofertas se refieren al callejero de la ciudad, conocimientos turísticos de la ciudad y formación en hostelería. Se requiere experiencia en la mayoría de las ofertas.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales: desarrollo personal, iniciativa personal, compromiso, flexibilidad y aprendizaje.

3. OFERTA FORMATIVA

Certificados de profesionalidad

[Actividades auxiliares de comercio COMT0211](#)

CNO 9811 PEONES DEL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS Y DESCARGADORES

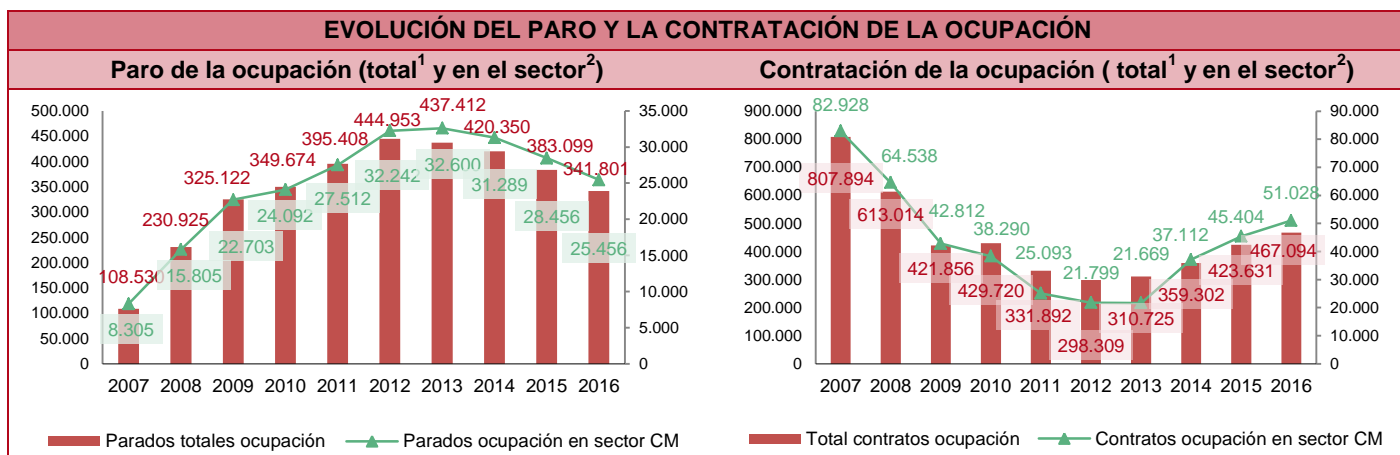
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Mozos de carga y descarga, almacén y/o mercado de abastos.

Estos peones realizan tareas como: embalar bultos, acarrear, cargar y descargar muebles y otros enseres domésticos en las mudanzas; carga y descarga mercancías y otros tipos de carga o equipaje transportados por barco o avión; transportar y depositar mercancías en diversos almacenes. Para realizar su trabajo estos peones pueden conducir bicicletas, carretillas y otros vehículos accionados por el hombre, así como vehículos de tracción animal.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 341.801 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 10,78 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	81,41	26,53	44,35
Mujeres	18,59	73,47	55,65
Menores de 30 años	27,32	18,07	16,90
Mayores de 45 años	27,60	40,81	48,44
Extranjeros	12,39	7,35	11,75
Personas con discapacidad	3,41	2,68	3,87
Parados de larga duración	37,60	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	40,50	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

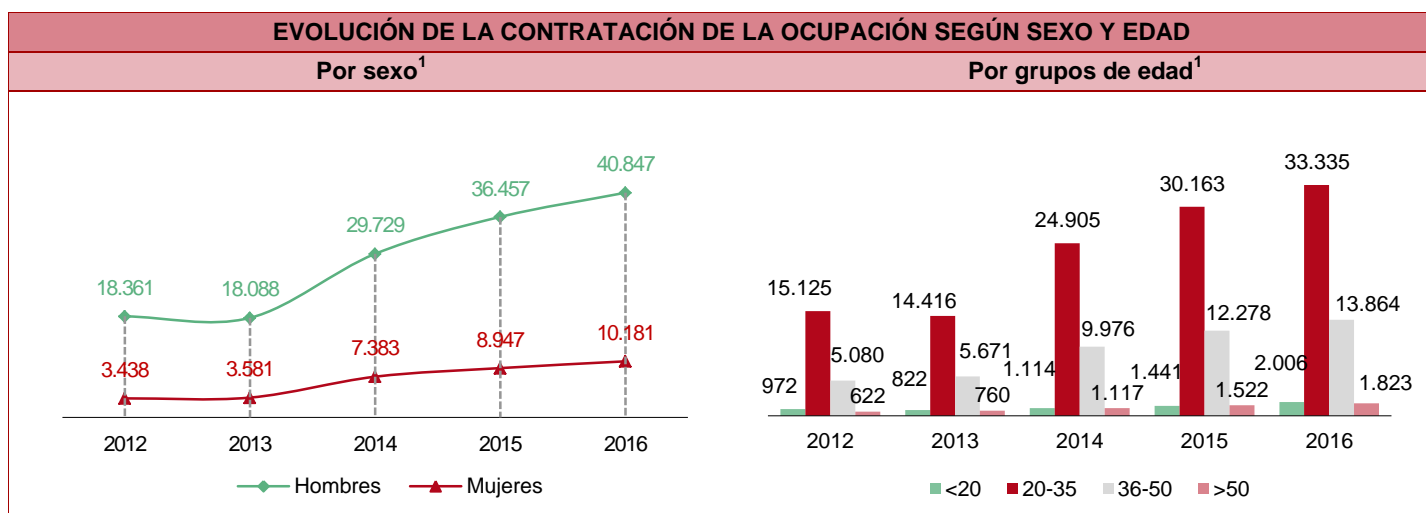
A lo largo de 2016 se registraron 467.094 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 10,26 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	80,05	35,49	56,14
Mujeres	19,95	64,51	43,86
Menores de 30 años	48,28	51,37	34,54
Mayores de 45 años	10,03	11,96	23,39
Extranjeros	10,39	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,04	0,92	1,34
Parados de larga duración	2,41	3,44	2,72
Indefinidos	9,10	15,37	8,58
Temporales	90,90	84,63	91,42
Rotación	1,79	1,68	2,83

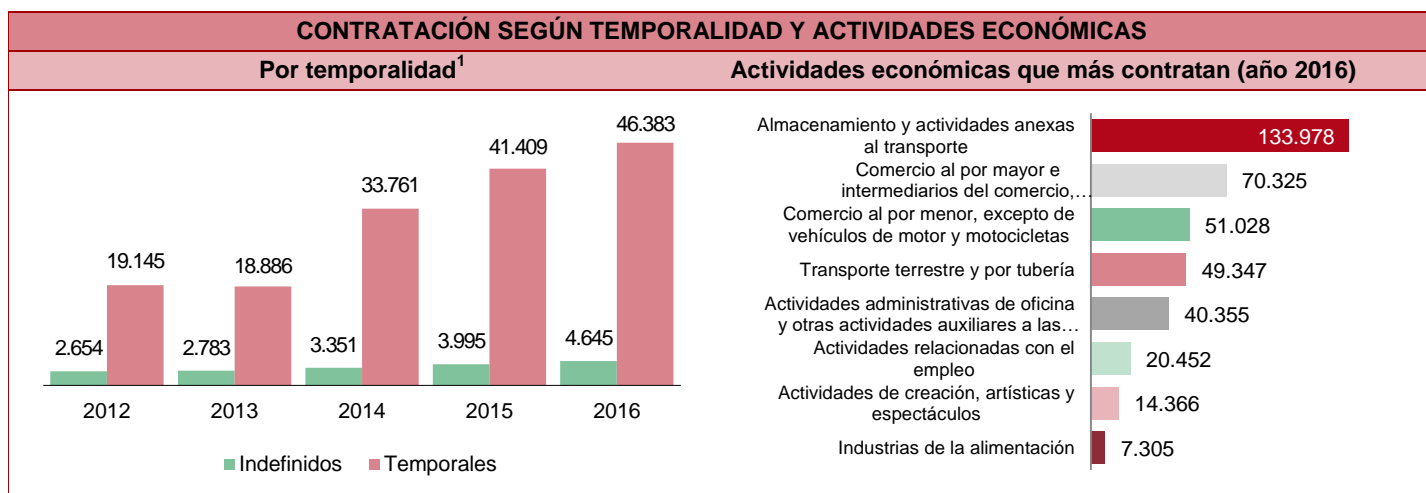
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007, el paro total así como el del sector, aumentan alcanzando el paro total el máximo en el año 2012; no obstante los parados del sector alcanzan el máximo en el 2013, pero después ambos comienzan a decrecer de forma estable y continúa. Los contratos tanto de la ocupación como del sector se comportan de forma similar, con descensos desde 2007 hasta 2012, aumentando de forma continuada desde 2013. De este modo, el paro de la ocupación en el ámbito del sector en estudio desciende interanualmente un 10,54 % en diciembre de 2016 y los contratos en el mismo aumentan un 24,79 % en el conjunto de dicho año.
- Tanto los desempleados como los contratados de la ocupación son mayoritariamente hombres, en torno al 80,00 %; sin embargo, en el sector CM ocurre lo contrario, siendo mayoría las mujeres.
- A lo largo del año 2016, el paro presenta un máximo en febrero y un mínimo en agosto. Mensualmente, aumenta en enero, febrero, septiembre y octubre; y con respecto al año 2015 se registra descensos todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en octubre y en febrero, respectivamente; los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son octubre y diciembre.
- La media de edad de los contratados en esta ocupación es baja, la mayoría por debajo de los 30 años, siendo esta proporción menor que la del sector y superior a la total nacional.
- La contratación indefinida es menor a la media del sector, a juzgar por la tasa de estabilidad (9,10 % y 15,37 %, respectivamente), y superior a la total nacional, del 8,58 %.
- Es una ocupación en la que tiene peso la experiencia, dada la inexistencia de parados de primer empleo. El desempleo de larga duración es importante, 37,60 %, si bien es inferior a la media del sector y nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

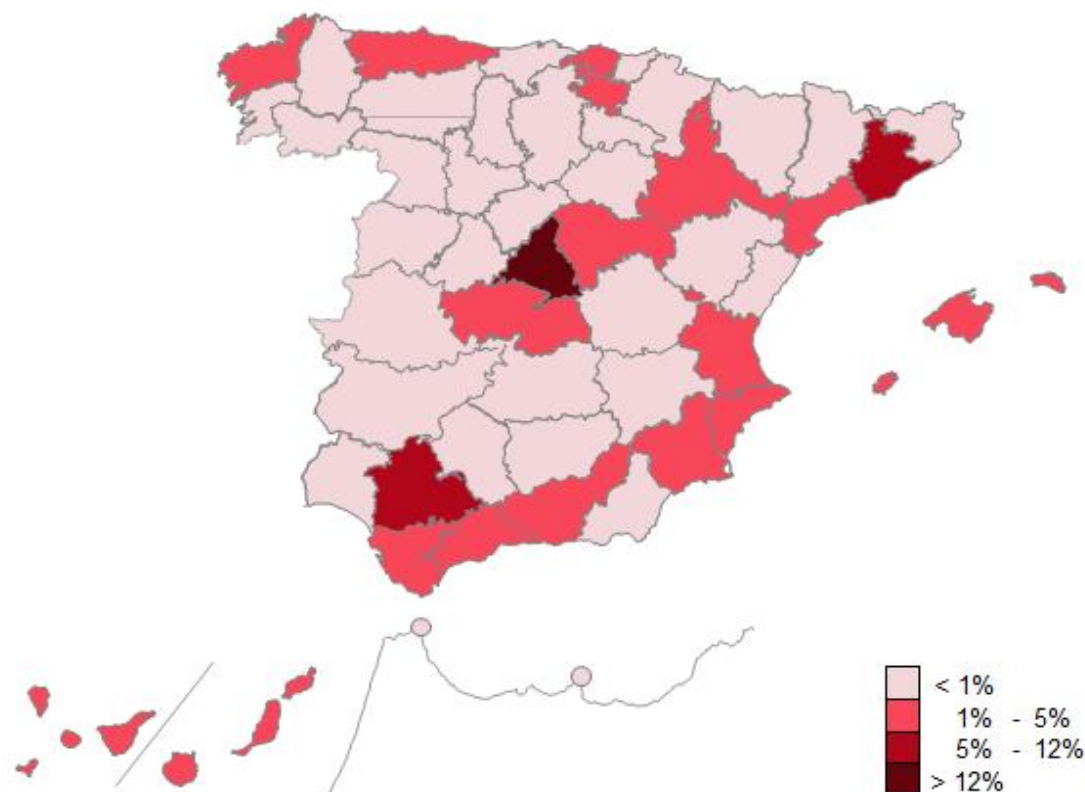
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)
Albacete	140	-17,16	204	27,50	Coruña, A	713	-12,08	1.282	10,14	Ourense	120	-3,23	85	7,59
Alicante/Alacant	1.216	-8,30	1.801	40,48	Cuenca	49	8,89	59	73,53	Palencia	59	-25,32	123	5,13
Almería	299	-9,94	212	11,58	Gipuzkoa	240	-13,67	385	23,79	Palmas, Las	1.336	-8,49	1.254	11,76
Araba/Álava	155	-8,82	773	25,90	Girona	440	-13,04	286	5,15	Pontevedra	396	-7,48	209	-2,34
Asturias	455	-20,04	1.051	31,54	Granada	490	-3,54	548	21,24	Rioja, La	65	-9,72	84	-21,50
Ávila	48	-4,00	32	-11,11	Guadalajara	299	-6,56	542	76,55	Salamanca	140	-15,66	83	-28,45
Badajoz	276	-12,38	332	-7,26	Huelva	110	1,85	278	-10,32	Santa Cruz de Tenerife	1.138	-1,98	919	-1,08
Balears, Illes	471	-18,65	1.345	35,31	Huesca	60	30,43	65	-7,14	Segovia	29	0,00	23	0,00
Barcelona	3.170	-16,05	5.814	-20,91	Jaén	142	-16,47	455	43,99	Sevilla	1.303	0,77	4.079	29,86
Bizkaia	497	-11,72	968	-12,95	León	239	-14,03	228	132,65	Soria	19	-9,52	23	-8,00
Burgos	96	-11,93	103	-52,53	Lleida	135	0,75	162	20,90	Tarragona	380	-10,59	1.134	26,42
Cáceres	120	-6,25	126	32,63	Lugo	100	-19,35	215	3,37	Teruel	27	-20,59	30	87,50
Cádiz	755	-7,13	920	36,09	Madrid	4.171	-9,62	14.606	33,89	Toledo	379	-6,19	1.317	-9,48
Cantabria	196	-20,00	335	2,76	Málaga	1.087	-16,26	1.470	1,31	Valencia/València	1.102	-15,49	2.022	-2,03
Castellón/Castelló	154	-27,36	160	-37,25	Melilla	104	5,05	385	21,84	Valladolid	223	-13,90	363	-19,51
Ceuta	63	18,87	73	43,14	Murcia	771	-13,37	838	8,69	Zamora	57	-9,52	46	109,09
Ciudad Real	176	-8,81	127	56,79	Navarra	184	-13,21	434	-24,78	Zaragoza	792	1,28	2.286	10,76
Córdoba	270	-12,34	331	25,86										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Peones del transporte de mercancías y descargadores con respecto al total nacional; el mayor porcentaje (28,63 %) se concentra en Madrid. En un segundo grupo, entre el 12,00 % y el 5,00 % de contratos, se encuentran las provincias de Barcelona y Sevilla. A continuación se encuentran provincias de Andalucía, Galicia, Aragón, Levante y País Vasco, destacando Zaragoza y Valencia. El resto de provincias no alcanza ninguna el 1,00 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 11,30 %, superior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y algo menor a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son Álava/Araba, Guadalajara y Toledo. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Guadalajara, Cuenca y Teruel principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- La tendencia del empleo de la ocupación es de crecimiento. La movilidad es alta en esta ocupación ya que puede desempeñar el puesto de mozo de almacén o cualquier otra ocupación relacionada con logística y sin especializar; la ocupación de peón de transporte tiende a desaparecer, ya que tiende a ser sustituida por ayudante de almacén.
- Las necesidades formativas **técnico profesionales** se centran en el manejo de traspaletas manuales, eléctricas, carretillas frontal y retráctil, operaciones de estiba/desestiba manual o con carretilla, gestión documental de entradas y salidas de camiones, manejo de pistolas de radiofrecuencia, lectores de códigos de barras, introducción de datos y control, emisión de albaranes y etiquetaje. También las relacionadas con la organización del almacén, gestión de stocks, almacenamiento, *picking* (preparación de pedidos) y suministro de embalajes. Además se requiere formación específica obligatoria para la conducción segura de estos equipos de trabajo (carretilla elevadora, frontal y retráctil), carnés profesionales de manejo de grúas, así como permisos de conducir C y E. Las tareas de almacén más específicas de esta ocupación incluyen competencias de en almacenes automáticos, mantenimiento de equipos electrónicos y trabajos de limpieza de herramientas.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, se requiere el idioma inglés con nivel básico en comprensión lectora. Se necesita tener conocimientos básicos en el uso de Internet/redes sociales, bases de datos, correo electrónico y en análisis de costes y medios de financiación. En cuanto a conocimientos normativos hay carencias en prevención de riesgos laborales, normativa básica sobre mercancías peligrosas, protección de datos, y normas y sistemas de calidad.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son las técnicas para realizar un trabajo coordinado con otras personas, la gestión de la relación con clientes, dinamismo, iniciativa personal y la capacidad de compromiso.

3. OFERTA FORMATIVA

Formación profesional básica

[Título Profesional Básico en Servicios Comerciales](#)

Certificados de profesionalidad

[Actividades auxiliares de almacén COML0110](#)

CNO 9820 REPONEDORES

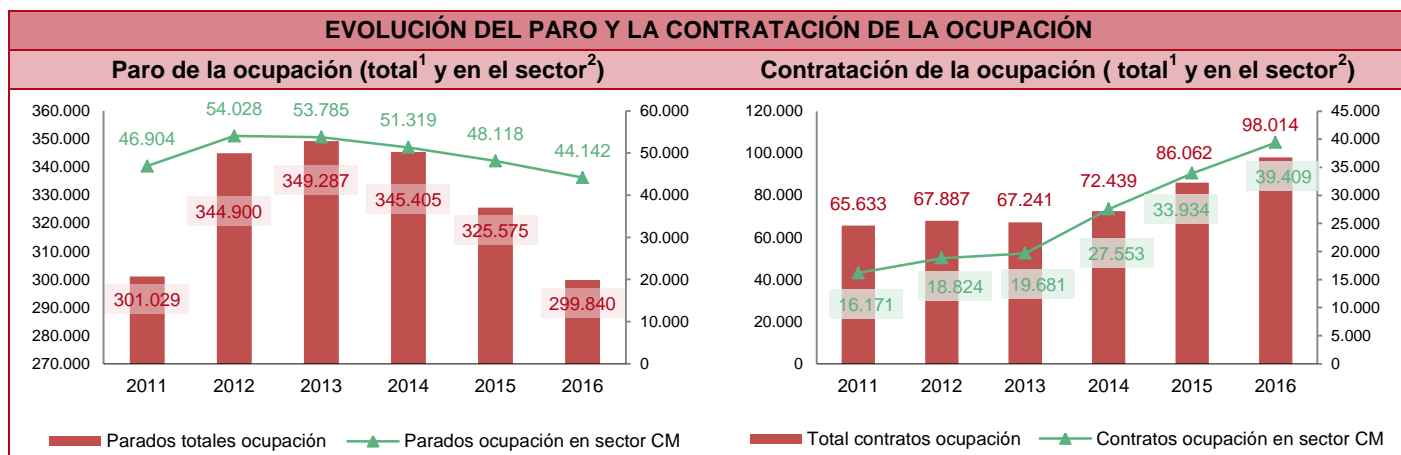
En este grupo primario ocupacional, se enmarcan las siguientes ocupaciones relacionadas con el sector comercio minorista:

- Reponedores de hipermercado.

Los reponedores colocan mercancía en estantes y expositores y mantienen los almacenes limpios y ordenados en los supermercados y otros establecimientos mayoristas y minoristas.

1. PRINCIPALES INDICADORES LABORALES

En este punto, se analiza el comportamiento y la dinámica de la ocupación que estamos estudiando mediante una serie de indicadores laborales procedentes de fuentes registrales del SEPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

¹ Totales ocupación: parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en todas las actividades económicas de la CNAE.

² En el sector del Comercio Minorista (CM): parados inscritos o contratos registrados de la ocupación en la actividad económica del sector CM.

PERFIL DEL DESEMPLEADO

Al cierre de diciembre de 2016 había 299.840 personas inscritas en esta ocupación, lo que supone un descenso del 7,90 % con respecto al mismo mes del año anterior.

Tasas de paro (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	26,88	26,53	44,35
Mujeres	73,12	73,47	55,65
Menores de 30 años	31,04	18,07	16,90
Mayores de 45 años	21,91	40,81	48,44
Extranjeros	6,98	7,35	11,75
Personas con discapacidad	2,80	2,68	3,87
Parados de larga duración	41,10	45,93	43,82
Primer empleo	0,00	0,00	8,49
Beneficiarios de prestaciones	38,29	42,13	38,62

PERFIL DE LA CONTRATACIÓN

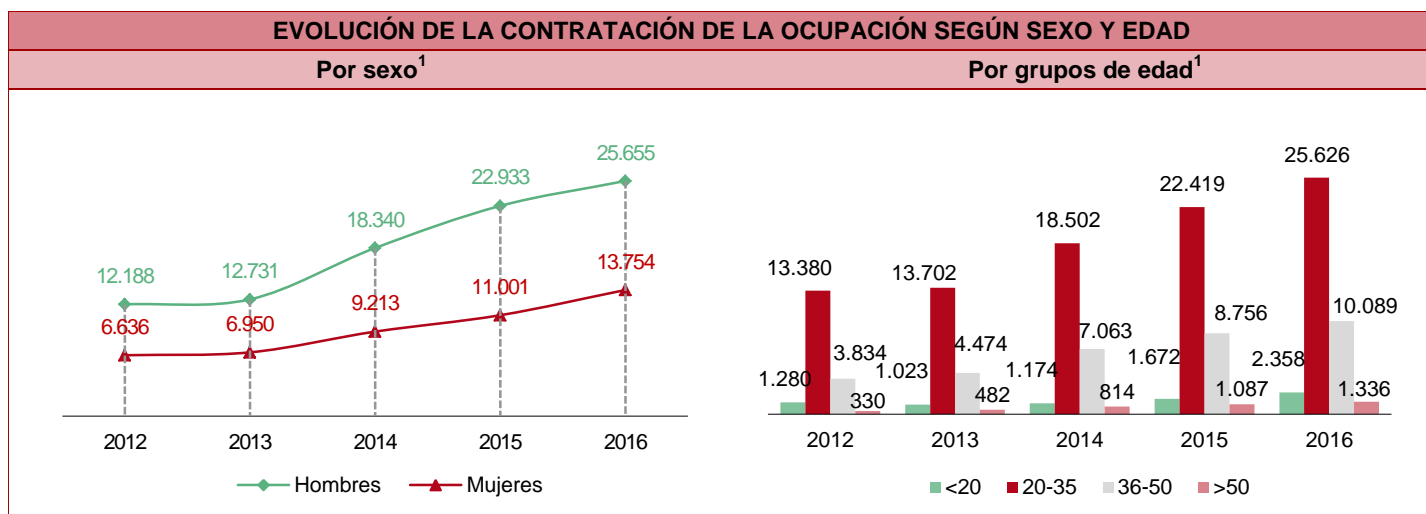
A lo largo de 2016 se registraron 98.014 contratos en esta ocupación, lo que representa un aumento del 13,89 % si lo comparamos con el año anterior.

Tasas de contratación (%)	En la ocupación	En el sector CM	En el total nacional
Hombres	65,10	35,49	56,14
Mujeres	34,90	64,51	43,86
Menores de 30 años	52,40	51,37	34,54
Mayores de 45 años	9,61	11,96	23,39
Extranjeros	11,54	10,26	16,39
Personas con discapacidad	1,60	0,92	1,34
Parados de larga duración	3,67	3,44	2,72
Indefinidos	10,43	15,37	8,58
Temporales	89,57	84,63	91,42
Rotación	1,46	1,68	2,83

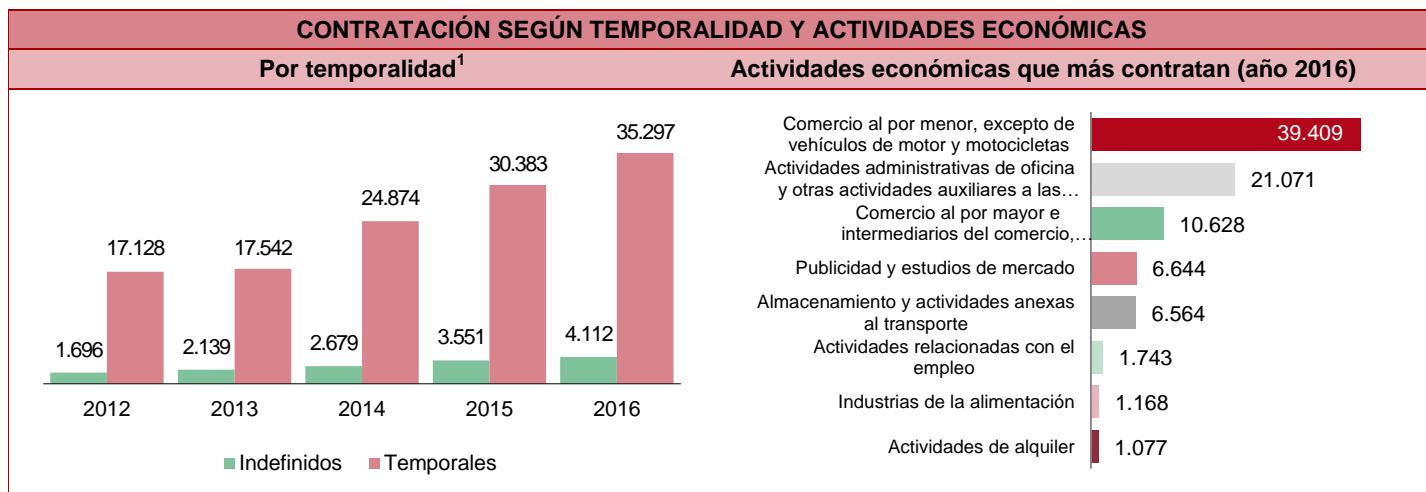
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

Del comportamiento de esta ocupación en el mercado laboral, destacan las siguientes observaciones:

- Desde 2007, el paro total así como el del sector, aumentan alcanzando un máximo en el año 2013, pero después comienzan a decrecer de forma continua. Tanto la contratación del total de la ocupación como del sector se comportan de forma ascendente y continuada desde el año 2011. De este modo, el paro de la ocupación en el ámbito del sector en estudio desciende interanualmente un 8,26 % en diciembre de 2016 y los contratos en el mismo aumentan un 13,19 % en el conjunto de dicho año.
- La contratación en la ocupación es mayoritariamente masculina, ya que los hombres agrupan en torno al 65 % de los contratos, al contrario de lo que ocurre en el sector CM. Las mujeres son mayoría en el desempleo de la ocupación y del sector, en torno al 70 %.
- A lo largo del año 2016, el paro presenta un máximo en febrero y un mínimo en agosto. Mensualmente, aumenta en enero, febrero, septiembre y octubre; con respecto al año 2015 se registra un descenso en todos los meses. La contratación alcanza sus valores máximo y mínimo en julio y en febrero, respectivamente; los meses que muestran mayor aumento interanual respecto de 2015 son febrero y marzo.
- La media de edad de los contratados en esta ocupación es baja, la mayoría de los contratados está por debajo de los 30 años, siendo esta proporción similar en el sector e inferior a la nacional. La proporción de contratos a extranjeros y parados de larga duración es poco representativa.
- La contratación indefinida de la ocupación es superior a la media nacional e inferior a la del sector. El porcentaje de parados de larga duración es inferior a la media del sector, por el contrario los parados de primer empleo son inexistentes tanto en el sector como en la ocupación.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total anual.

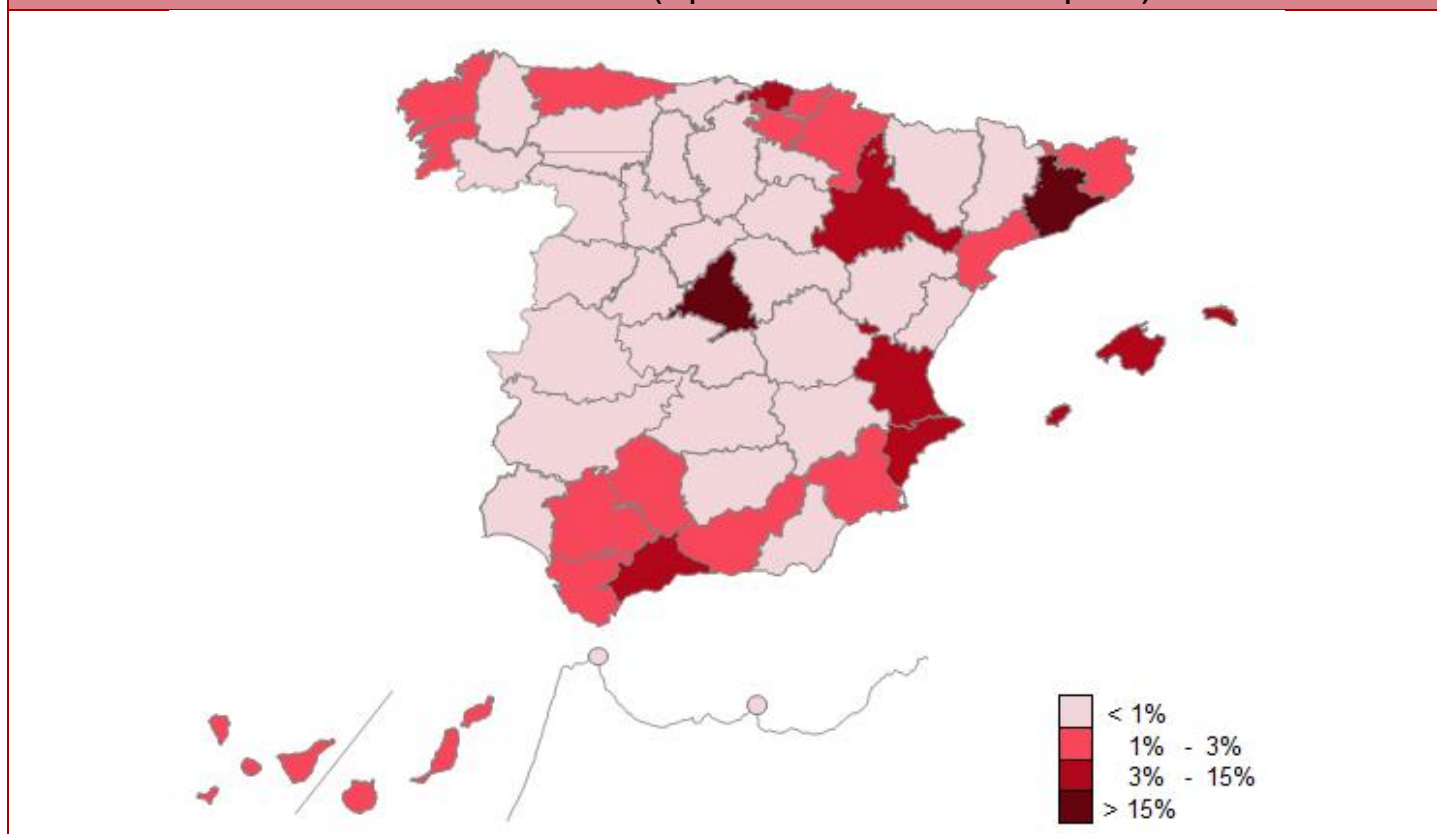
¹ Datos de la ocupación en la actividad económica 47 (Comercio minorista).

DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DEL PARO Y LOS CONTRATOS. VARIACIÓN ANUAL 2016-2015

Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)	Provincias	Paro	Var. 16/15 (%)	Contr.	Var. 16/15 (%)
Albacete	289	-13,21	158	32,77	Coruña, A	1.338	-8,61	1.167	27,12	Ourense	251	-8,73	114	25,27
Alicante/Alacant	2.961	-6,77	1.846	27,75	Cuenca	103	-2,83	157	-5,42	Palencia	97	-2,02	71	39,22
Almería	375	-14,58	250	1,63	Gipuzkoa	652	-5,92	1.113	-13,99	Palmas, Las	2.015	-2,94	594	-3,73
Araba/Álava	293	-9,85	604	-25,80	Girona	664	-8,29	577	18,97	Pontevedra	1.037	-12,49	487	17,63
Asturias	721	-6,73	416	56,98	Granada	647	-16,08	503	14,06	Rioja, La	180	-17,05	182	18,95
Ávila	117	-12,69	45	55,17	Guadalajara	222	-10,48	108	44,00	Salamanca	364	-8,08	83	25,76
Badajoz	537	0,00	391	27,78	Huelva	345	-4,96	262	31,66	Santa Cruz de Tenerife	1.861	-4,95	693	60,42
Balears, Illes	897	-14,81	1.216	21,12	Huesca	97	-3,00	69	40,82	Segovia	66	-16,46	66	83,33
Barcelona	2.775	-11,26	6.246	15,73	Jaén	369	-8,89	248	18,66	Sevilla	2.190	-7,24	885	0,00
Bizkaia	1.458	-6,06	1.289	-10,24	León	399	-5,67	168	-25,66	Soria	26	-7,14	23	155,56
Burgos	261	-7,45	141	56,67	Lleida	192	-14,29	194	-5,37	Tarragona	702	-9,07	669	20,98
Cáceres	219	-10,25	322	10,27	Lugo	242	-4,72	96	-18,64	Teruel	35	-7,89	27	3,85
Cádiz	2.175	-5,72	807	13,98	Madrid	6.182	-8,50	7.688	32,19	Toledo	909	-2,26	349	12,58
Cantabria	476	-15,90	238	-1,65	Málaga	1.732	-11,41	1.547	2,52	Valencia/València	2.232	-8,90	2.223	11,76
Castellón/Castelló	711	-8,26	361	65,60	Melilla	59	-9,23	27	17,39	Valladolid	420	-6,87	281	27,15
Ceuta	107	0,94	51	21,43	Murcia	1.474	-10,56	1.160	11,97	Zamora	121	-11,68	77	285,00
Ciudad Real	543	2,65	165	2,48	Navarra	525	-13,22	527	-2,41	Zaragoza	856	-7,36	2.002	29,24
Córdoba	623	-8,38	425	9,25										

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Parados inscritos a 31 de diciembre y contratos registrados del total del año.

LOCALIZACIÓN DEL EMPLEO (% provincial de contratos de la ocupación)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE). Total año 2016.

El mapa anterior refleja el porcentaje provincial de contratos de la ocupación Reponedores con respecto al total nacional, mostrando un predominio de Madrid y Barcelona sobre el resto del territorio, ya que ambas provincias engloban al 19,51 % y 15,85 % respectivamente. En un segundo grupo, se encuentran provincias mayoritariamente de la periferia, las cuales suponen entre el 3,00 % y el 15,00 %, entre las que destacan Valencia, Alicante/Alacant, Málaga, y Zaragoza. El resto de provincias no alcanza ninguna el 3,00 % del total nacional de contratos en esta ocupación.

La tasa de movilidad geográfica interna en esta ocupación es del 6,42 %, inferior a la del sector comercio minorista en conjunto (8,99 %) y a la movilidad total nacional (13,34 %). Las provincias con mayor saldo positivo de movilidad, es decir, donde es mayor el número de contratos a trabajadores que entran procedentes de otras provincias que el de los que salen hacia otras son principalmente Segovia, Álava/Araba y Guadalajara. Por el contrario, el saldo es más negativo (son más los contratos que salen que los que entran) en Ávila y Teruel, principalmente.

2. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE TRABAJO Y NECESIDADES FORMATIVAS

A continuación se presenta la información obtenida del Informe Anual de Prospección y Detección de Necesidades Formativas y del Informe Los Perfiles de la Oferta de Empleo, ambos elaborados por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, así como de las aportaciones realizadas por los expertos y las empresas consultadas de este sector:

- Las necesidades formativas **técnico profesionales** están relacionadas con la gestión de stocks y almacenamiento de productos, operaciones de reposición, disposición y acondicionamiento de productos en el punto de venta, escaparatismo y preparación de pedidos, lector de códigos de barra y PDA. También se requiere competencias referidas a la manipulación y traslado de productos en la superficie comercial; manejo de traspaleas manuales, eléctricas y carretillas.
- También hay necesidades formativas en **competencias transversales**, cuando se requiere idioma extranjero es el inglés, a nivel de usuario y en menor medida el alemán y el francés; en algunas ofertas se solicita el dominio del castellano o catalán. El conocimiento de informática no suele constar en este tipo de ofertas. En cuanto a conocimientos normativos hay carencias en prevención de riesgos laborales, normativa medioambiental y de gestión de residuos.
- Hay otra serie de conocimientos genéricos que tienen relación con las habilidades personales, como son las técnicas para realizar un trabajo coordinado con otras personas, orientación al cliente, comunicación, organización, aprendizaje continuo, dinamismo y polivalencia.

3. OFERTA FORMATIVA

Certificados de profesionalidad

[Actividades auxiliares de comercio COMT0211](#)

8. CONCLUSIONES

8.1. CONCLUSIONES

Para determinar las necesidades de empleo y la prioridades de formación en el mercado de trabajo del comercio minorista, hay que tener en cuenta los grandes cambios que se han producido en los últimos cincuenta años como consecuencia de la entrada de España en la Unión Europea, de la liberalización y la globalización de los mercados que han afectado a todas las actividades y, especialmente, al comercio así como el aumento de multinacionales, franquicias, grandes cadenas de distribución y el descenso de los negocios tradicionales que han ido transformando la sociedad española y sus hábitos de compra.

A lo anterior hay que añadir la digitalización de las actividades que supone un gran desafío para el comercio, en general, y para el pequeño comercio y el de proximidad, en particular, debido al cambio radical que produce en la relación y en los hábitos de los clientes, en las técnicas de venta y en los requerimientos de cualificación que exige el mercado a los trabajadores para estar a la altura de lo que se demanda.

Además, este sector, que resultó especialmente afectado por la última crisis económica, debe recuperarse y lo está haciendo satisfactoriamente a tenor del crecimiento constatado desde 2013 a través de diferentes indicadores: el índice General del Comercio Minorista, el gasto en consumo, la productividad y el empleo en general.

Se aprecia un aumento continuado de la ocupación y un descenso de los desempleados, la tasa de paro del sector se colocó muy por debajo de la estatal en 2016. Por otro lado, la afiliación a la Seguridad Social aumentó un 5,34 % en el periodo 2012-2016. Sin embargo, los autónomos –que suponen más de la cuarta parte de los trabajadores del sector- han retrocedido un 0,56 % entre 2012 y 2016.

Otros datos positivos que hay que resaltar del sector son: la evolución de la contratación registrada desde el 2012; la tasa de estabilidad laboral de la contratación (15,37 %) que es sensiblemente superior a la media estatal en todas las actividades económicas incluidas en el sector. En lo que respecta a la afiliación, cerca de las tres cuartas partes de los afiliados tienen contrato indefinido; por otro lado, el paro registrado en los servicios públicos de empleo ha descendido un 18,82 % en los últimos cinco años, incluyendo el paro de larga duración.

A la hora de planificar actuaciones de mejora, hay que tener en cuenta que la mitad de los trabajadores del comercio minorista se concentra en establecimientos no especializados (con o sin predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco) y en el comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados. En el primer caso, hay más los autónomos que en el segundo.

Además de las actividades anteriores, tienen buenas perspectivas de crecimiento el comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados, en opinión de empresarios consultados. También se espera evolución positiva en el comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos, seguido del comercio de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en establecimientos especializados y del comercio de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.

En lo que respecta al tipo de establecimientos, es la superficie de tamaño medio –el supermercado de barrio- el que presenta mejores perspectivas junto con los hipermercados y las franquicias. Si el comercio tradicional se especializara también tendría buenas expectativas.

El crecimiento de la actividad se traduce en nueva contratación de personal; de las empresas encuestadas, el 60 % tenían previsto contratar trabajadores, el 35,5 % incorporar personal autónomo y el 7 % necesitaría reposición de personal por jubilación.

El empleo autónomo podría aumentar en el comercio de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados, de prendas de vestir y calzado, y de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados, mientras que nuevas contrataciones se realizarían en el comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados así como en el comercio no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos que incluye el comercio por internet.

Las dificultades que tiene que superar el comercio minorista para asumir los grandes retos que implica la necesidad de modernización, la competencia con la venta *online* y con las grandes superficies están relacionados con la estructura empresarial del sector en el que predomina la pequeña y la micro empresa: más

del 85 % tiene menos de cinco trabajadores y, de éstas, el 77 % tiene de uno a dos; cerca del 12 % tiene de seis a veinticinco. Sin embargo, las mayores expectativas de crecimiento, según los informantes consultados, están en las que tienen un tamaño mayor de seis trabajadores.

Por otro lado, hay un alto índice de envejecimiento de los trabajadores del sector que no se ve compensado con la creación de nuevos negocios, ya que la duración media de los nuevos es inferior a un año. Además, existe un bajo nivel de profesionalización y una escasa inmersión en las nuevas tecnologías debido, entre otras causas, al hecho de ser un sector “refugio” de desempleados procedentes de otros sectores.

Las perspectivas de futuro vienen determinadas por las innovaciones tecnológicas y de gestión, por los nuevos hábitos de consumo que empujan al comercio hacia un nuevo paradigma, en el que se impone la omnicanalidad. En este contexto, la tienda física no está amenazada de desaparecer, pero tendrá que adaptarse e incluso reinventarse en muchos casos para asegurar su supervivencia.

El auge de la economía digital afecta a la mayoría de actividades económicas; en el comercio minorista tienen cada vez más peso las tecnologías relacionadas con el comercio electrónico, el marketing digital, la computación en la nube -para acceder a herramientas de gestión, de gerencia-, la firma y la factura electrónicas, los sistemas de cobro (TPV, pago por el móvil...), la contabilidad informatizada, etc.

Por otro lado, contribuyen a la modernización del comercio las nuevas técnicas de marketing, *merchandising*, escaparatismo así como la utilización de las redes sociales y otros mecanismos novedosos de publicidad.

La oferta de servicios complementarios en el mismo local es una tendencia que está aumentando tanto en el comercio en general como en el de alimentación; combinando restauración y alimentación; venta-instalación-reparación de tecnología; arreglo de ropa en comercio de prendas de vestir; jornadas informativas; arte, cultura y moda (*concept stores*), para incrementar las probabilidades de éxito.

Teniendo en cuenta las características de los negocios y del empresariado del sector en nuestro país, para acometer la necesaria modernización y aumentar la supervivencia del pequeño comercio, es de vital importancia adoptar las estrategias de acción en las que coinciden la mayoría de los expertos y los empresarios consultados.

En primer lugar, se considera fundamental que las empresas, especialmente del pequeño comercio, apuesten por la especialización, principalmente en artículos en los que no exista competencia con las grandes empresas y las que realizan venta *online*, y elijan un nicho adecuado. A partir de aquí, hay que conseguir fidelizar al cliente, añadiendo servicios complementarios, si es preciso, perfeccionando la atención personal y las técnicas de venta, lo que incluye un buen conocimiento del artículo que se quiere vender e incluir la venta de productos locales o nacionales.

Otro reto importante es la inmersión en la digitalización, especialmente en todo lo relacionado con la venta *online*, el marketing digital y la utilización de las redes sociales como vehículo de publicidad, para darse a conocer y llegar a un público más amplio, incluidos los jóvenes. Gran parte de los pequeños negocios consultados en este estudio –constituidos en muchos casos por autónomos– coinciden en admitir esta necesidad.

Las administraciones públicas (estatal, comunitaria o local) podrían facilitar ayudas, subvenciones, acceso a *marketplaces*, para que muchos de estos negocios que tienen recursos limitados o están regentados por personas mayores, pueden recurrir a empresas de servicios que generen la plataforma tecnológica, para lo cual puede ser suficiente en muchos casos la subcontratación de *community managers* que les permitan beneficiarse de las ventajas de la venta *online* y reducir costes.

Además, es importante que el responsable del negocio adquiera los conocimientos necesarios para realizar el seguimiento del comercio electrónico y para mantener la presencia *online*. La tienda física puede e incluso debe mantenerse para complementar el servicio *online* (*brick & click*). Muchas veces el cliente busca el producto o lo adquiere *online*, pero prefiere desplazarse a la tienda para recogerlo, como en el caso del modelo *click & collect*.

Asimismo, es conveniente que los pequeños negocios cuenten también con la asesoría de profesionales de diversas disciplinas, para mejorar la ambientación del punto de venta en lo referente a la disposición del mobiliario, a la decoración, al escaparatismo, etc.

En general, los negocios deben “reinventarse” y adoptar una actitud receptiva a la modernización tanto en el punto de venta (ambientación, presentación, marketing, *merchandising*, ofrecer servicios alternativos, degustaciones, en el caso del comercio de alimentación) como en la web (aumentar la visibilidad, la capacidad de publicitarse y de atraer nueva clientela); apostar por la omnicanalidad, abrir nuevas líneas de negocio si se considera conveniente y apostar por la formación de dueño del negocio y del personal contratado.

Algunas de las estrategias que proponen los expertos para potenciar el comercio están en sintonía con la visión de las empresas consultadas y consisten en promocionar el comercio local para atraer turistas y fidelizarlos para futuras compras *online* (*simbiosis comercio-turismo*); dar a conocer los centros comerciales abiertos; favorecer el asociacionismo para aumentar el éxito a través de la colaboración y compartiendo servicios, entre los cuales la formación es uno de los más relevantes y al que más pueden contribuir las administraciones.

Los factores que contribuyen al crecimiento de la actividad comercial, según las empresas consultadas, están relacionados con el aumento y la diversificación de los productos que venden, el uso de nuevas tecnologías y de mercados tecnológicos, la apertura de nuevos establecimientos, la mayor promoción de los productos y el aumento del turismo entre otros.

Después de analizar la situación, evolución y las tendencias del comercio minorista en España, se presentan las ocupaciones que tienen buenas perspectivas de empleo teniendo en cuenta los diferentes tipos de empresas:

La figura del dependiente en general, en el comercio minorista, sigue teniendo relevancia y perspectivas de crecimiento, aunque están condicionadas a la profesionalización en atención al cliente, técnicas de venta y en todos los aspectos relativos a la digitalización y modernización del sector. En el comercio de alimentación, en concreto, los dependientes-carniceros, dependientes de panadería, etc. combinan sus funciones con las de camarero, en muchos casos.

En empresas de cierto tamaño, tienen buenas perspectivas de empleo las siguientes ocupaciones: Jefes de sección de tiendas y almacenes; Directores comerciales y de ventas; Agentes y representantes comerciales; Técnicos en estudios e investigaciones de mercado; Profesionales de la publicidad y la comercialización; Técnicos en comercio exterior; Vendedores técnicos; Conductores de camiones y de furgonetas; Reponedores y, especialmente, Repartidores y Mozos de almacén debido al aumento de la demanda de transportistas, para cubrir las necesidades de distribución capilar, producidas por el crecimiento del comercio electrónico.

Por otra parte, en estas empresas que, además, tienen más desarrollada la venta *online*, hay ocupaciones que tienen buenas previsiones de empleo y que requieren unas competencias tecnológicas vinculadas a conocimientos informáticos de distinto nivel como es el caso de las siguientes:

Programadores desarrolladores; Analistas de datos –que trabajan y explotan Big Data- y otras implicadas esencialmente en el marketing digital, como *Traffic manager*; Especialista en posicionamiento digital (*SEO*); Especialista en marketing para buscadores (*SEM*); *Growth hacker*; *Conversion rate optimization (CRO) & user experience*; Gestor de redes sociales (*community manager*); *Experto en analítica web (marketing)*; Experto en marketing digital; Responsable de *social media* y Técnicos de la web.

Es frecuente que profesionales autónomos que dan servicio a empresas, desarrollen algunas de estas ocupaciones y otras no vinculadas a la digitalización como es el caso de los *Growth hacker*; Profesionales de la publicidad y la comercialización; *Especialistas en marketing para buscadores (SEM)*; Agentes y representantes comerciales; Operadores de telemarketing; Conductores de furgonetas; Conductores de camiones; Repartidores/recadistas y mensajeros a pie.

Las ocupaciones que ostentan mayor nivel de cualificación tienen una previsión de aumento importante en todo el comercio minorista, aunque destacan en el de prendas de vestir y calzado, en el de artículos culturales y recreativos así como en el de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados.

La mayor dificultad para la cobertura de los puestos de trabajo vacantes se encuentra precisamente en las ocupaciones que requieren un mayor conocimiento de las nuevas tecnologías; no obstante, los empresarios del sector afirman que es difícil encontrar profesionales cualificados en ocupaciones como dependientes de comercio en general y de comercio de alimentación, aunque las causas, seguramente, serán distintas. Algunas de las aducidas por los encuestados son: la falta de experiencia, la insuficiente formación para desempeñar las funciones del puesto y, en tercer lugar, está el rechazo a las condiciones laborales del puesto.

Las principales necesidades formativas detectadas coinciden en general con las innovaciones tecnológicas y de gestión. Entre ellas, se mencionan las técnicas de venta y la atención al cliente; el comercio electrónico y el marketing digital; el escaparatismo y la ambientación de los locales; promoción y venta; idiomas; utilización de redes sociales; TPV electrónicos y pago por el móvil; firma y factura electrónica; contabilidad, facturación informatizada y gestión de stocks.

Existen también necesidades relacionadas con la gestión de campañas y el desarrollo de estrategias; prospección de mercados, marketing y *merchandising* en el punto de venta; técnicas de cierre de ventas; control de calidad; herramientas 5S; *lean management*; habilidades de desarrollo estratégico y gestión de incidencias; y cada vez más se requiere marketing omnicanal y estrategias de marketing 360º.

Los profesionales especializados en comercio electrónico y marketing digital tienen carencias formativas en software de dirección de proyectos, en lenguajes de programación y en arquitectura de datos para *Big Data*.

El comercio de la alimentación en general requiere formación en especialidades relacionadas con: seguridad e higiene alimentaria; manipulación de alimentos; control de stocks; normativa de trazabilidad; cualidades nutricionales y “medicinales” de los productos; dieta mediterránea; denominaciones de origen; técnicas de corte de carne y pescado; gestión de residuos; etiquetado e información alimentaria; preparación de pedidos y selección de proveedores.

La Formación Profesional no está suficientemente desarrollada, por lo que es necesario contar con una formación básica común para todo el comercio y después desarrollar especializaciones, creando itinerarios formativos. Los Certificados de Profesionalidad no suplen esta deficiencia. No obstante, en el caso del comercio de alimentación, se está elaborando un título de FP Grado Medio: “Técnico en comercialización de productos alimentarios” y un Certificado de Profesionalidad de Carnicería/Charcutería del pequeño comercio.

Asimismo, sería conveniente crear una titulación universitaria de amplio espectro para el comercio, que incluya materias de informática, marketing, comercio, logística y un master en *retail*.

Por otro lado, hay que potenciar la formación DUAL y la acreditación de competencias de los trabajadores con experiencia y fomentar la formación continua en las empresas, aplicando cursos y píldoras formativas concretas.

Las dificultades que encuentran las empresas consultadas para organizar la formación de su personal se deben principalmente a la falta de cursos adecuados en el mercado, lo cual ocurre especialmente en el comercio especializado de artículos culturales y recreativos y en el de productos alimenticios, fundamentalmente en los subsectores de carne y pescado. Otras causas son la escasez de tiempo y la falta de disponibilidad de los trabajadores para recibir formación así como escasez de ayudas públicas y el coste de la formación.

La administración está procurando dar respuesta a buena parte de las necesidades estratégicas y propuestas de mejora que se recogen en el presente estudio a través de los Planes de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, que dada su importancia y como bien muestra la encuesta realizada en este estudio debe incrementarse su difusión, a fin de que llegue y sea conocido por todos los implicados en el sector.

9. MARCO NORMATIVO

9.1. MARCO NORMATIVO EUROPEO

El comercio minorista es el mayor sector de la economía empresarial no financiera de la Unión Europea en número de empresas y de personas empleadas. La mayoría de las empresas del sector comercio son pymes, que generan más de la mitad del calor añadido de los sectores y del empleo. El comercio minorista también está estrechamente relacionado con otros sectores de la economía (mayoristas, fabricantes, agricultores, así como transporte y logística, y otras empresas de servicios). Además, el sector está acercando el mercado único a los consumidores europeos, por lo tanto, la competitividad del sector es fundamental para la economía de la UE. (https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-retail-regulations-multi-channel-environment_es).

El sector está experimentando cambios importantes debido al rápido desarrollo del comercio electrónico. Las tendencias indican que el futuro es el comercio al por menor multicanal, con minoristas activos tanto fuera de línea como en línea, a través de tiendas en línea propias o de plataformas. Otra tendencia es la creación de plataformas que ofrecen a los minoristas la posibilidad de vender sus productos en "centros comerciales" por internet. Algunas de estas plataformas no solo proporcionan estos centros comerciales virtuales, sino que han lanzado su propia gama de productos que compiten directamente con sus clientes minoristas.

El 28 de octubre de 2015, la Comisión adoptó la [Estrategia para el Mercado Único](#), que anunció una serie de iniciativas y medidas con el fin de eliminar obstáculos importantes desde el punto de vista económico que frenan la agenda de empleo, crecimiento e inversión de Europa.

Respecto al sector minorista la intención fue abordar las restricciones en este sector, así entre las acciones planificadas para 2017, la Comisión determinará las mejores prácticas para facilitar el establecimiento de empresas minoristas y reducir las restricciones operativas en el mercado único. De este modo, se proporcionarán orientaciones para las reformas de los Estados miembros y el establecimiento de prioridades a la hora de adoptar medidas de garantía de cumplimiento en el sector minorista.

La responsabilidad principal de regular el establecimiento y la explotación de las tiendas minoristas recae en los Estados miembros. Estos tienen un margen de discrecionalidad en el diseño de sus marcos reglamentarios, siempre que cumplan las libertades fundamentales de establecimiento y de prestación de servicios del Tratado, así como la [Directiva de servicios](#). El 13 de Enero de 2004: la Comisión Europea aprobó la propuesta de Directiva relativa los servicios en el mercado interior basándose en los Artículos 47.2, 55, 71 y 80.2 del Tratado, y entró en vigor a finales del año 2006, es la llamada Normativa Bolkestein y supone una transformación de las leyes regionales o nacionales, según país, en aras de una mayor homogeneización de los criterios comerciales en el conjunto europeo. Los objetivos principales son:

- La eliminación de las barreras que obstaculizan el desarrollo de las actividades de servicios entre los estados miembros.
- Supresión de las barreras para la circulación transfronteriza de servicios.
- Eliminación de obstáculos que se oponen a la libertad de establecimiento de los prestadores.

La integración del mercado minorista de la UE ha tenido lugar, en gran medida, a través del establecimiento transfronterizo. Las diez mayores empresas minoristas de la UE son multinacionales, y algunas de ellas disponen de tiendas en la mayoría de los 28 Estados miembros. El entorno normativo con el que tienen que tratar cuando se establecen es crucial para el éxito de esas inversiones. Con el desarrollo del comercio electrónico, los mercados minoristas europeos están cada vez más integrados, también a través de las ventas a distancia transfronterizas.

El comercio electrónico ofrece nuevas oportunidades a los minoristas. Resulta más fácil llegar a los consumidores en otros Estados miembros, en particular para las empresas más pequeñas. La presencia en línea les permite cruzar fronteras sin necesidad de invertir en locales físicos. La expansión transfronteriza del comercio minorista también ayuda a los consumidores europeos a beneficiarse del mercado único a través de una mayor variedad de oferta minorista.

La digitalización también está cambiando el sector minorista de muchas maneras. Sin embargo, los marcos reglamentarios se establecieron, en general, hace décadas y no se han adaptado a la nueva realidad creada por el comercio electrónico. La fijación de las mejores prácticas para facilitar el establecimiento de los comercios minoristas y reducir las restricciones operativas del sector debe tener en cuenta la nueva realidad, que combina el comercio tradicional con el comercio electrónico en un entorno multicanal.

9.2. MARCO LEGISLATIVO DE ÁMBITO NACIONAL

El comercio minorista supone el 5,0% del PIB a precios básicos de la economía española y tiene un fuerte impacto en el mercado de trabajo, con un número de ocupados de 1.916.700, lo que supone el 10,2% del total de ocupados de la economía (Datos de la Encuesta de Población Activa – 2º Trimestre de 2017.) La dimensión del comercio electrónico y el número de transacciones que se llevan a cabo entre empresas y consumidores finales sigue creciendo en términos absolutos, situándose en 2015 en 20.745 millones de euros.

Desde 2013 el Gobierno ha impulsado la competitividad del comercio minorista a través de la subvención de distintas acciones enmarcadas en planes anuales. El Plan de 2016 contenía medidas orientadas a: la innovación y competitividad del pequeño comercio; el fomento de los centros comerciales abiertos y de los mercados municipales; el apoyo financiero a las empresas, la promoción comercial y la reactivación de la demanda; el aprovechamiento de las sinergias entre comercio y turismo de compras; el seguimiento de los efectos de la aplicación de las medidas legislativas adoptadas; el impulso a la internacionalización; el apoyo a la seguridad en el comercio y las medidas de facilitación del empleo y la formación. En el [Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2017](#), el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, ha desarrollado nuevas Líneas de Apoyo que se centran en impulsar la digitalización de los establecimientos, como objetivo más destacado ayudar a las empresas, especialmente a las pequeñas, a incorporarse plenamente al mundo digital, por lo que se da prioridad a las acciones que se orienten a la adopción de nuevas tecnologías, innovación y digitalización y a materias como comercio electrónico, marketing digital, presencia en redes sociales, reputación digital, nuevos hábitos de consumo y nuevas oportunidades de negocio.

Existen otras ayudas a la introducción de las TIC través de las Cámaras de Comercio, con la finalidad de mejorar la productividad de las empresas españolas, apoyan su incorporación en el tejido empresarial a través de programas inspirados en la Agenda Digital Española que aportan soluciones de productividad en la nube, de comercio electrónico, marketing digital y tramitación y administración electrónica. El **Programa TIC Cámaras** es un programa de acción que pretende ayudar a innovar, conocer las últimas tendencias e incorporar nuevas tecnologías para los trabajadores autónomos y las PYMES. La Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, junto otras cámaras de comercio locales, han puesto en marcha este programa en el marco del Programa Operativo “Programa Operativo de Crecimiento Inteligente (POCInt)”, con aplicación en el territorio nacional, dentro del Eje 2, está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), por las Cámaras de Comercio locales y por las propias empresas beneficiarias. Algunas de las Cámaras de Comercio que lo han puesto en marcha son:

- **Andalucía:** [Almería](#), [Andújar](#), [Cádiz](#), [Campo de Gibraltar](#), [Córdoba](#), [Granada](#), [Huelva](#), [Jerez de la Frontera](#), [Linares](#), [Málaga](#), [Motril](#) y [Sevilla](#).
- **Aragón:** [Huesca](#).
- **Asturias:** [Avilés](#), [Gijón](#) y [Oviedo](#).
- **Baleares:** [Mallorca](#).
- **Canarias:** [Tenerife](#).
- **Castilla La Mancha:** [Albacete](#), [Ciudad Real](#), [Cuenca](#) y [Toledo](#).
- **Castilla León:** [Burgos](#), [León](#), [Miranda del Ebro](#) y [Valladolid](#).
- **Cataluña:** [Barcelona](#), [Girona](#), [Lleida](#), [Manresa](#), [Palamós](#), [Tárrega](#).
- **Ceuta:** [Ceuta](#).
- **Comunidad Valenciana:** [Alicante](#), [Castellón](#) y [Valencia](#).
- **Extremadura:** [Badajoz](#) y [Cáceres](#).
- **Galicia:** [A Coruña](#), [Pontevedra](#), [Vigo](#) y [Vilagarcía de Arousa](#), [Santiago de Compostela](#) y [Tui](#).
- **Madrid:** [Madrid](#).
- **Murcia:** [Lorca](#) y [Murcia](#).
- **País Vasco:** [Bilbao](#)

9.2.1. ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

- La [Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista](#), esta ley modifica la regulación comercial minorista de 1996, que estableció un marco legal de mínimos, para adaptarla a lo establecido por la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior, y dar cumplimiento al derecho comunitario teniendo en cuenta el nuevo marco en el que se desarrolla la actividad de comercio al por menor, los cambios se refieren: a los permisos de instalación de establecimientos comerciales, la simplifica de las inscripciones en el Registro de Ventas a Distancia y el Registro de Franquiciadores, la supresión del Registro Especial de Entidades y Centrales de Distribución de Productos Alimenticios Perecederos y la modificación en materia de infracciones y sanciones.
- [Real Decreto 367/2005, de 8 de abril, por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista](#), y se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo.

9.2.2. LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO

- Texto consolidado de la [Ley 12/2012](#), de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios. Con el objetivo de contribuir a dinamización de la actividad en beneficio del crecimiento económico y del empleo, en línea acorde con los objetivos de reducción de las cargas administrativas, la mejora del entorno empresarial, en especial para las PYMES, y la promoción del espíritu empresarial de la Estrategia Europa 2020, en esta Ley se elimina los supuestos de autorización o licencia municipal previa. La flexibilización se extiende también a las obras ligadas al acondicionamiento de estos locales que no requieran de la redacción de un proyecto de obra de conformidad con la Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación. De esta manera, se puede iniciar la ejecución de obras e instalaciones y el ejercicio de la actividad comercial y de servicios con la presentación de una declaración responsable o comunicación previa.
- Legislación consolidada de la [Ley 17/2009](#), de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (Ley Paraguas).
- Legislación consolidada de la [Ley 25/2009](#), de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (Ley Omnibus).

9.2.3. COMERCIO ELECTRÓNICO

- La [Agenda Digital para España](#) para cuyo desarrollo se han establecido diversos planes de acción que son ejecutados por Red.es. Dentro de estos planes tiene relevancia en el sector comercio el Plan de TIC en PYME y Comercio Electrónico, cuyos ejes son:
 - Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME
 - Eje II: Fomentar el uso de la factura electrónica
 - Eje III: Fomentar el Comercio Electrónico
- Legislación consolidada de la [Ley 34/2002](#), de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. En ella se establecen determinadas obligaciones de información para aquellas empresas que realicen comercio electrónico y, asimismo, se regula la actividad publicitaria por vía electrónica. Estas obligaciones de información se ven ampliadas para aquellas empresas que celebren contratos por vía electrónica, con la finalidad de reducir la inseguridad jurídica de la operación.
- Legislación consolidada del [Real Decreto 225/2006](#), de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia.

9.2.4. REGULACIÓN DE LOS HORARIOS COMERCIALES

La norma básica nacional sobre horarios comerciales de atención al público, dictada por el Estado en ejercicio de sus competencias sobre bases de ordenación de la economía, es el texto consolidado de la [Ley 1/2004](#), de 21 de diciembre, de horarios comerciales, modificada por lo dispuesto en el Título V Real Decreto-ley 20/2012,

de 13 de julio de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, incrementando el número de domingos y festivos de apertura para el comercio. Las Comunidades Autónomas podrán modificar dicho número en atención a sus necesidades comerciales, incrementándolo o reduciéndolo, sin que, en ningún caso, se pueda limitar por debajo de diez el número mínimo de domingos y festivos de apertura autorizada. El artículo 1 de la Ley 1/2004, de horarios comerciales, establece el principio de libertad de los comerciantes para determinar los días y horas de su actividad comercial, en el marco de la ley y de las disposiciones que dicten las comunidades autónomas.

9.2.5. OTRAS NORMAS

- Legislación consolidada del [Real Decreto Legislativo 1/2007](#), de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Legislación consolidada de la [Ley 17/2009](#), de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (Ley Paraguas).
- Legislación consolidada de la [Ley 25/2009](#), de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (Ley Ómnibus).
- Legislación consolidada de la [Ley 3/2004](#), de 29 de diciembre, por la que establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.
- Legislación consolidada de la [Ley 3/1991](#), de 10 de enero, de competencia desleal.
- Legislación consolidada de la [Ley 20/2013](#), de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado.
- Legislación consolidada del [Real Decreto 201/2010](#), de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores.
- Legislación consolidada de la [Ley 12/2013](#), de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.
- Legislación consolidada del [Real Decreto-ley 20/2012](#), de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.
- Legislación consolidada de la [Ley 14/2013](#), de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
- Legislación consolidada de la [Ley 4/2014](#), de 1 de abril, básica de las cámaras oficiales de comercio, industria, servicios y navegación.

9.3. MARCO LEGISLATIVO AUTONÓMICO

La COMUNIDADES AUTÓNOMAS han legislado sobre comercio minorista y han desarrollado los distintos aspectos en normativa en el ámbito de sus competencias, en este enlace encontrará acceso a dicha normativa [Normativa autonómica](#).

10. FUENTES Y EXPERTOS CONSULTADOS

10.1. FUENTES DOCUMENTALES

- Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).
- Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS).
- Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2017. Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.
- Boletín Económico de Información Comercial Española. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.
- Confederación Española de Comercio (CEC). El comercio en cifras. Balance anual 2016
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL).
- Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE).

10.2. EXPERTOS CONSULTADOS

En el proceso de elaboración de este estudio, especialmente para obtener información cualitativa acerca de las perspectivas, innovaciones, estrategias, previsiones de empleo y necesidades formativas, hemos contado con la inestimable colaboración de representantes de empresas del sector, que respondieron al cuestionario enviado con ese propósito, y con una serie de expertos de diversas entidades, a los que se realizaron entrevistas semiestructuradas, o nos respondieron a las mismas de forma diferida.

Desde el SEPE queremos expresar nuestro especial agradecimiento a los expertos que, de forma desinteresada y generosa, participaron como informantes en este estudio, acudieron a la mesa de validación de la información recopilada en este informe y tuvieron la amabilidad de dedicar su tiempo a realizar valiosas aportaciones y correcciones al documento, contribuyendo al conocimiento y difusión de la realidad de un sector como el comercio minorista que es tan relevante en nuestra sociedad y que enfrenta importantes retos.

- M^a Ángeles Rodríguez Yunta. Subdirectora General de Fomento y Modernización del Comercio Interior. Secretaría de Estado de Comercio.
- Laura Moure Dios. Consejera Técnica. Dirección General de Comercio Interior. Secretaría de Estado de Comercio.
- Carmen Cuesta Brasero. Experta del Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL).
- Beatriz Andrade Gil. Departamento de Formación de la Confederación Española de Comercio (CEC).
- María Sánchez Ruiz. Secretaria General de la Confederación Española de Detallistas de La Carne (CEDECARNE).
- Aurelio del Pino. Presidente de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES).
- Lola Ulecia Zaldívar. Secretaria Técnica de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES).
- Sara Mañas Barceló. Directora General de la Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución (LA ÚNICA).
- Sofía Gómez Cuenca. Responsable del Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de la Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA).
- José Luis Rodríguez Flores. Federación Nacional de Detallistas de Frutas y Productos Hortícolas.

- Francisco Portillo. Responsable de Formación de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA.
- Cristina Estévez Navarro. Secretaria Federal de Comercio. Federación de Servicios, Movilidad y Consumo (FESMC-UGT).
- Cruz Gútiérrez. Responsable Técnica de la Secretaría Formación de la Federación de Servicios, Movilidad y Consumo (FESMC-UGT).
- M^a Ángeles Rodríguez Bonillo. Responsable Sector Comercio de la Federación de Servicios de CCOO (FSC CCOO).
- Belén López Martínez. Directora de Formación y Proyectos de la Federación de Servicios de CCOO (FSC CCOO).
- Federico Iglesias. Director de Marketing (CMO) de PC Componentes y Multimedia SLU.
- Raúl Mínguez. Director del Departamento de Formación de Cámara de Comercio de España.

Asimismo, para la realización de este estudio, se ha contado con la inestimable colaboración de un conjunto de representantes de diversas entidades relacionadas con el sector del comercio minorista: empresas relevantes, asociaciones empresariales, agentes sociales y responsables de la Administración Central.

- Carmen Cárdeno Pardo. Ex Directora General de Comercio Interior. Secretaría de Estado de Comercio.
- José Guerrero Huesca. Secretario General de la Confederación Española de Comercio (CEC).
- Cristóbal Jesús Ripoll Santandreu. Responsable de Comunicación de la Confederación Española de Comercio (CEC).
- Sandra Barañano. Asesora Técnico y marketing de la Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de Construcción (ANDIMAC).
- José Luis Perea Blanquer. Vicepresidente de Relaciones Institucionales de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA.
- Inés Ros García. Responsable de Recursos Humanos de PC Componentes y Multimedia SLU.
- Miguel Hernández Espallardo. Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Murcia.
- Antonio Fernández. Responsable de Tienda de Toledoport SL.
- Jaime Gil. Director ejecutivo (CEO) de Brutal Zapas.
- Miguel Ángel de Garro. Asesor de presidencia de PIMEC COMERÇ. Micro, petita i mitjana empresa de Catalunya.
- Miguel Moreno Fernández. Gerente de la Federación Provincial de Comercio de Granada.
- M. Rosa Marín Rodríguez. Técnica de Comercio de la Cambra Oficial de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de Barcelona.
- Josep M. Monge Rosell. Técnico de la Cambra de Comerç i Indústria de Manresa.
- Raúl Iglesias Durán. Director General de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Cáceres. Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Cáceres.
- José Manuel Cossi. Director del Área de Creación de Empresas, Competitividad e Innovación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Cádiz.
- Isabel Contreras Ocaña. Responsable del Área de Proyectos de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Granada.
- Javier Tortosa Manzanares. Responsable de Comercio Interior y Creación de Empresas de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Murcia.
- María Fernanda Conde Pita. Directora Áreas de Competitividad e Internacionalización de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Toledo.

11. ANEXO

11.1. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO DE EMPRESAS CONSULTADAS

Para recoger la opinión de los responsables de negocios del comercio minorista, se realizó una encuesta por muestreo en la que participaron tanto autónomos como empresas.

Para determinar el tamaño de la muestra (número de establecimientos que había que encuestar para que fuera representativa) se utilizó la metodología de Arkin y Colton, tomando una población finita, en la hipótesis de $p = 50\%$. Margen de confianza de 95,5 por 100.

Teniendo en cuenta el universo de empresas registradas en los epígrafes objeto de estudio de la CNAE 47 – 190.527 empresas en diciembre de 2016– y según la metodología citada, debía tomarse un mínimo de cuatrocientas empresas para constituir la muestra.

Se estableció el objetivo de obtener nueve respuestas por provincia a través de encuesta o de entrevista personal, si no respondían al cuestionario, con lo que la muestra inicial era de 468 encuestas.

A continuación, se establecieron tres grupos de actividades económicas en función del porcentaje de empresas que agrupaban sobre el total del comercio minorista, para determinar el número de cuestionarios que les correspondían en proporción:

GRUPO	% de empresas por grupo de actividades económicas sobre total de empresas	%	Distribución de la muestra
A	Actividades económicas que agrupan más del 5 % de empresas sobre el total	50	200
B	Actividades económicas que agrupan entre 2 y el 5 % de empresas/ total	30	120
C	Actividades económicas que agrupan menos del 2% de empresas / total	20	80

La muestra también se distribuyó teniendo en cuenta el tamaño de los establecimientos según el número de trabajadores, para lo cual se establecieron los siguientes tramos:

Tramos de trabajadores	Nº empresas	%	Nº de cuestionarios de la muestra
1 a 5	163.530	85,83	343
6 a 10	14.438	7,58	30
11 a 50	10.413	5,47	22
> 50	2.146	1,13	5

Finalmente, se calculó el peso relativo que tenía cada CNAE por tramos de tamaño en las distintas provincias, con el fin de determinar el número de establecimientos de cada CNAE y tramo a las que los técnicos de cada provincia debían enviar un cuestionario o realizar una entrevista con el mismo guión.

Se estableció que cada provincia debería encuestar a nueve empresas según una distribución concreta de epígrafes de CNAE y tramos, de manera que la muestra total ascendía a 468 empresas. De este modo, la distribución establecida en el conjunto nacional fue la siguiente:

MUESTRA DE EMPRESAS POR CLASE DE LA CNAE Y TRAMOS SEGÚN Nº TRABAJADORES					
CNAE	1 a 5	6 a 10	11 a 50	> 50	TOTAL
4711	40	3	2	2	47
4719	33	4	2	1	40
4721	15	1	1	0	17
4722	24	1	1	0	26
4723	9	0	0	0	9

MUESTRA DE EMPRESAS POR CLASE DE LA CNAE Y TRAMOS SEGÚN Nº TRABAJADORES					
CNAE	1 a 5	6 a 10	11 a 50	> 50	TOTAL
4724	21	3	1	0	25
4725	3	0	0	0	3
4729	16	1	1	0	18
4741	8	1	0	0	9
4742	7	1	1	0	9
4743	1	0	0	0	1
4751	14	1	1	0	16
4752	20	2	1	0	23
4753	8	1	1	0	10
4754	10	1	0	0	11
4759	16	1	1	0	18
4761	13	1	1	0	15
4762	8	0	0	0	8
4763	0	0	0	0	0
4764	10	1	1	1	13
4765	5	0	0	0	5
4771	45	4	3	1	53
4772	13	1	1	0	15
4774	9	1	1	0	11
4775	7	1	1	0	9
4776	13	0	0	0	13
4777	10	0	0	0	10
4778	21	2	1	0	24
4779	4	0	0	0	4
4791	2	0	0	0	2
4799	4	0	0	0	4
Total	409	32	22	5	468

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Finalizado el periodo de consultas, se contabilizó un total de 381 cuestionarios respondidos, correspondientes a establecimientos comerciales diferentes, lo que representa, en consecuencia, un porcentaje de participación del 81,41 % respecto de la muestra inicial prevista. La tasa de respuesta sobre el total de cuestionarios recibidos fue del 99,21 %.

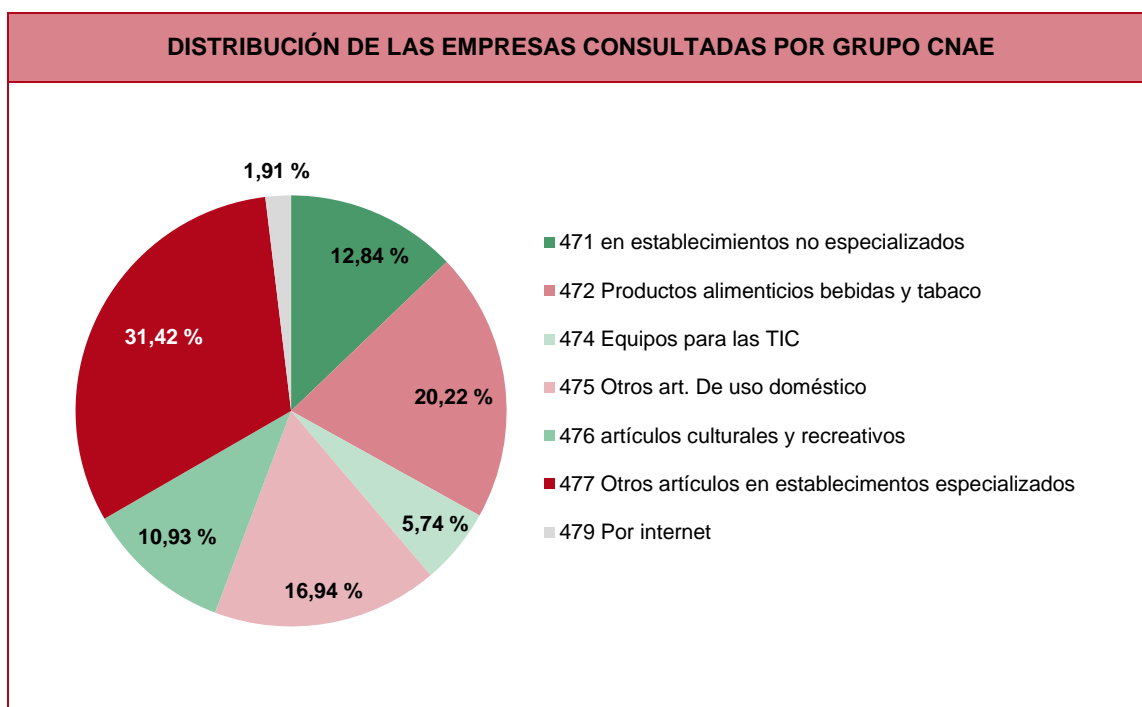
Algunas empresas/autónomos realizaban más de una actividad (clase de la CNAE), por lo que el número de respuestas puede ser superior al de la muestra como se recoge en la siguiente tabla:

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR AAEE (CLASE CNAE 2009) INCLUIDAS EN EL ESTUDIO					
AE 47 desagregada por clase		Total Muestra	Total Respuesta	Porcentaje de ejecución (%)	% sobre total
4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco.	47	34	72,34	8,17
4719	Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco.	40	24	60,00	5,77

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR AAEE (CLASE CNAE 2009) INCLUIDAS EN EL ESTUDIO					
AE 47 desagregada por clase		Total Muestra	Total Respuesta	Porcentaje de ejecución (%)	% sobre total
4721	Comercio al por menor de frutas y hortalizas en establecimientos especializados.	17	17	100,00	4,09
4722	Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados.	26	23	88,46	5,53
4723	Comercio al por menor de pescados y mariscos en establecimientos especializados.	9	9	100,00	2,16
4724	Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados.	25	15	60,00	3,61
4725	Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados.	3	2	66,67	0,48
4729	Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados.	18	19	105,56	4,57
4741	Comercio al por menor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos en establecimientos especializados.	9	11	122,22	2,64
4742	Comercio al por menor de equipos periféricos de telecomunicaciones en establecimientos especializados.	9	10	111,11	2,40
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados.	1	2	200,00	0,48
4751	Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados.	16	19	118,75	4,57
4752	Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados.	23	15	65,22	3,61
4753	Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos en establecimientos especializados.	10	8	80,00	1,92
4754	Comercio al por menor de aparatos electrodomésticos en establecimientos especializados.	11	12	109,09	2,88
4759	Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.	18	17	94,44	4,09
4761	Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados.	15	15	100,00	3,61
4762	Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados.	8	10	125,00	2,40
4763 ¹	Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados.	0	1	-	0,24
4764	Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados.	13	11	84,62	2,64
4765	Comercio al por menor de juegos y juguetes en establecimientos especializados.	5	5	100,00	1,20
4771	Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados.	53	51	96,23	12,26
4772	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero en establecimientos especializados.	15	13	86,67	3,13
4774	Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados.	11	15	136,36	3,61
4775	Comercio al por menor de productos cosméticos e higiénicos en establecimientos especializados.	9	8	88,89	1,92
4776	Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos en establecimientos especializados	13	11	84,62	2,64
4777	Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados	10	9	90,00	2,16
4778	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	24	17	70,83	4,09
4779	Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimientos especializados	4	5	125,00	1,20
4791	Comercio al por menor por correspondencia o Internet	2	5	250,00	1,20
4799	Otro comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	4	3	75,00	0,72
Total		468	416	88,89	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Las 416 respuestas finalmente obtenidas representan un porcentaje de respuestas del 88,89 % respecto de las previstas inicialmente.

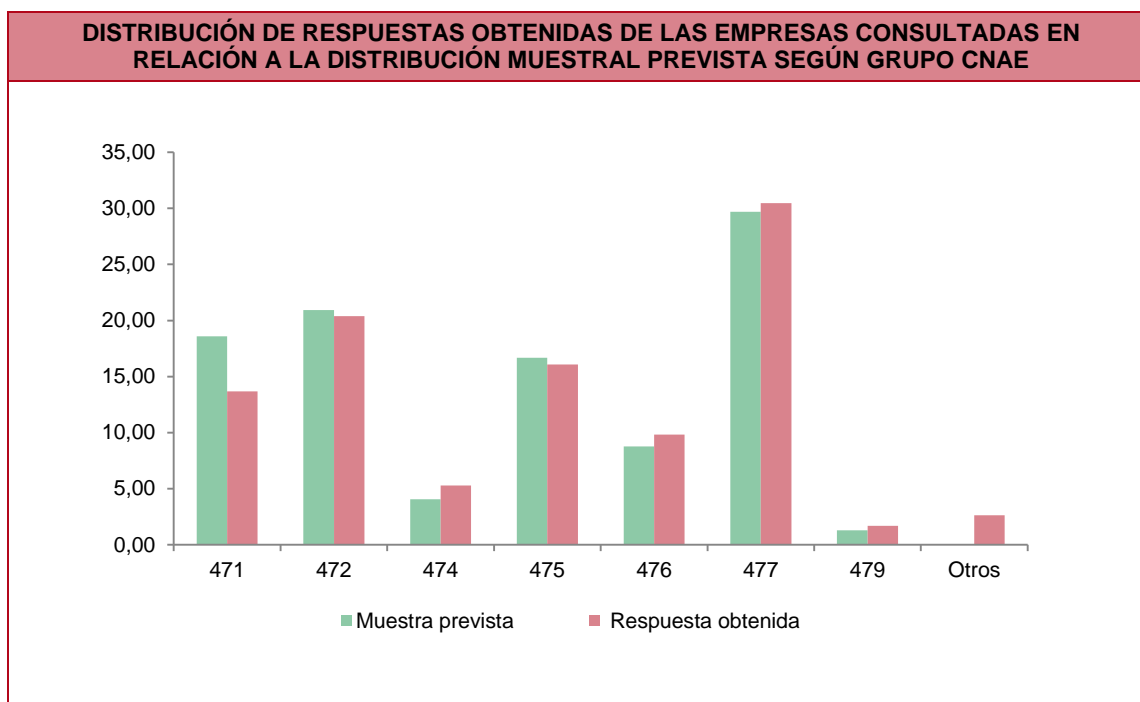


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas.

Agrupando las respuestas de cada epígrafe de CNAE en sus correspondientes a 3 dígitos, la tabla y el gráfico siguientes muestran el grado de ajuste entre la muestra determinada y el número de respuestas obtenido para cada CNAE.

COMPARACIÓN MUESTRA DETERMINADA - RESPUESTA OBTENIDA POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS (GRUPO CNAE 09) INCLUIDAS EN EL ESTUDIO						
AE 47 desagregada por grupo		Total Muestra	Total Respuesta	Porcentaje de ejecución (%)	% por CNAE de la Muestra	% por Respuesta obtenida
471	Comercio al por menor en establecimientos no especializados	87	58	66,67	18,59	13,94
472	Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados.	98	85	86,73	20,94	20,43
474	Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados.	19	23	121,05	4,06	5,53
475	Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.	78	71	91,03	16,67	17,07
476	Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.	41	42	102,44	8,76	10,10
477	Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados.	139	129	92,81	29,70	31,01
479	Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	6	8	133,33	1,28	1,92
Total		468	416	88,89	100,00	100,00

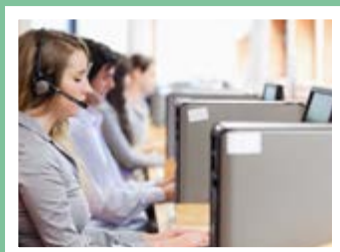
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Para más información:
Servicio Público de Empleo Estatal

www.sepe.es
901 11 99 99



www.sepe.es

Trabajamos para ti